

FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ

Katedra: Tělesné výchovy
Studijní program: Ekonomika a management
Studijní obor: Sportovní management

Analýza zákazníků masérských služeb v Turnově
Customer analysis of massage services in Turnov

Bakalářská práce: 13-FP-KTV-447

Autor:
Jana FRÉLICOVÁ

Podpis:

.....

Vedoucí práce: PaedDr. Jindřich Martinec

Konzultant:

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
72	10	7	12	25	2

V Liberci dne: 26. 04. 2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jana Frélichová**
Osobní číslo: **P09000810**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management sportovní**
Název tématu: **Analýza zákazníků masérských služeb v Turnově**
Zadávající katedra: **Katedra tělesné výchovy**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Analýza zákazníků masérských služeb v Turnově.

Přehled nabízených masáží v Turnově.

Návrh na založení masážního salonu.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

ČÁSLAVOVÁ, E., Management v tělesné výchově a sportu: (vybrané kapitoly). 2. vyd. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2000, 51 s. ISBN 80-246-0050-1.

DĚDKOVÁ, J., HONZÁKOVÁ, I., Základy marketingu: pro kombinované studium. 3. doplněné vydání. Technická univerzita v Liberci, 2012, 204 s. ISBN 978-80-7372-897-7.

HOŠKOVÁ, B., Masáž ve sportu. 1. vyd. Praha: Olympia, 2000, 123 s. ISBN 80-703-3093-7.

NOVOTNÝ, J., Ekonomika sportu: vybrané kapitoly III. Praha: Oeconomica, 2010, 119 š. ISBN 978-80-245-1521-2.

Vedoucí bakalářské práce:

PaedDr. Jindřich Martinec

Katedra tělesné výchovy

Datum zadání bakalářské práce: **29. dubna 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **26. dubna 2013**



doc. RNDr. Miroslav Brzezina, CSc.

děkan

L.S.



PaedDr. Jindřich Martinec

vedoucí katedry

V Liberci dne 3. května 2011

Prohlášení

Název práce: Analýza zákazníků masérských služeb v Turnově

Jméno a příjmení autora: Jana Frélichová

Osobní číslo: P09000810

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. O právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména §60 – školní dílo.

Prohlašuji, že má bakalářská práce je ve smyslu autorského zákona výhradně mým autorským dílem.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Prohlašuji, že jsem do informačního systému STAG vložila elektronickou verzi mé bakalářské práce, která je identická s tištěnou verzí předkládanou k obhajobě a uvedla jsem všechny systémem požadované informace pravdivě.

V Liberci dne: 26. 04. 2012

Jana Frélichová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat panu PaedDr. Jindřichu Martincovi, za přínosné konzultace a odborné rady při vypracovávání této bakalářské práce.

Děkuji všem turnovským masérům a masážním centrům, kteří mi pomohli s vyplňováním anket.

V neposlední řadě děkuji svým rodičům za finanční i psychickou podporu během mého studia.

Anotace

Hlavním cílem bakalářské práce je analýza zákazníků masérských služeb v Turnově pomocí anketního šetření a navrhnutí možných doporučení v této oblasti.

Teoretický segment se dělí na několik částí. V první části jsou popsány nejvyužívanější druhy masáží a vysvětleny pojmy masáž, historie masáže a regenerace. Další část práce je zaměřena na marketingové a podnikatelské pojmy. Následně je vytvořena analýza konkurence, přehled nabídky masérských služeb v Turnově a statisticky zpracovány údaje z anketního průzkumu. V závěrečné části práce je proveden návrh na založení nového masážního salonu, aplikován marketingový mix a SWOT analýza.

Hlavním cílem práce bylo navrhnout doporučení v oblasti masérských služeb v Turnově. Závěrečná část se proto zabývá nezbytnými kroky k založení nového masážního salonu, zaměřeného především na lokálně chybějící thajskou masáž. Bude-li salon veden podle vytvořených doporučení, měl by podle finanční analýzy a sestavené návratnosti investic dobře prosperovat.

Klíčová slova

masáž, anketa, marketing, analýza zákazníků, podnikání

Annotation

The main goal of this bachelor thesis was to create an analysis of customers of massage services in Turnov using a questionnaire and suggestion of recommendation in this particular field.

The theoretical part is divided into several parts. In the first part are described the most common types of massages and such terms as massage, history of massages and regeneration. The second part is oriented on marketing and contractor terms. Analysis of competition and an overview of offers of massage parlours in the town of Turnov are presented. Data that were extracted from questionnaires were statistically processed. In the last part is offered a design for establishment of a new massage parlour in Turnov. Marketing mix and SWOT analysis are applied.

The main aim of the thesis was to create recommendations for massage services in Turnov. The final part is therefore oriented on the necessary steps for foundation of a new massage parlour, that would be specialized in locally missing Thai massages. If the salon runs according to the recommendations based on financial analysis and returnability mentioned in the thesis, it should prosper well. The main objective of this bachelor thesis is to present an overview of massage parlor services in the town of Turnov and analysis of their clientele by means of a survey.

Key Words

massage, survey, marketing, customer analysis, enterprise

Obsah

Seznam grafů.....	9
Seznam tabulek	10
Seznam obrázků.....	11
Seznam zkratk	12
Úvod	13
1. Cíle	14
1.1 Hlavní cíl.....	14
1.2 Dílčí cíle	14
2. Masáž	15
2.1 Historie.....	15
2.2 Význam slova masáž.....	16
2.3 Účinnost masáže.....	16
2.4 Co dodržovat před masáží a po masáží	17
2.5 Indikace, kontraindikace	18
2.6 Nejdůležitější vybavení k provozování masáží.....	20
3. Druhy masáží	23
3.1 Aromaterapeutická masáž	23
3.2 Baňkování	24
3.3 Čokoládová masáž	24
3.4 Dornova metoda	25
3.5 Klasická (švédská) masáž	26
3.6 Lymfatická masáž (lymfodrenáž)	26
3.7 Masáž lávovými kameny.....	27
3.8 Medová masáž.....	28
3.9 Shiatsu	29
3.10 Sportovní masáž.....	29
3.11 Reflexní masáž (Reflexologie).....	30
3.12 Thajská masáž	31
3.13 Další masáže.....	31
4. Regenerace.....	32
5. Podnikání.....	33

5.1	Výhody a nevýhody podnikání fyzické osoby	33
6.	Marketing	34
6.1	Cíle marketingu	34
6.2	Sportovní marketing	34
6.3	Marketingový mix	35
6.4	SWOT analýza	36
6.5	Propagace a reklama	36
6.6	Marketingový výzkum	37
7.	Přehled nabízených masérských služeb v Turnově	38
8.	Analýza zákazníků masérských služeb v Turnově	46
8.1	Charakter průzkumu	46
8.2	Průzkum	46
8.3	Vyhodnocení průzkumu	47
8.4	Závěr průzkumu	55
9.	Návrh na založení nového masážního salonu v Turnově	57
9.1	Příprava na podnikání	57
9.2	Předmět a podstata podnikání	57
9.3	Marketingový mix salonu	61
9.4	Prostředí ovlivňující podnikání	62
9.5	SWOT analýza	63
9.6	Propagace a reklama	63
9.7	Rozpočty a finanční plány	64
9.8	Výdaje na zahájení činnosti	65
9.9	Struktura kapitálu a návratnost investic	66
10.	Závěr	68
	Seznam použité literatury	70
	Seznam příloh	72

Seznam grafů

Graf č. 1: Pohlaví klientů	48
Graf č. 2: Pravidelnost návštěvy masáže	49
Graf č. 3: Nejčastěji masírované části těla.....	49
Graf č. 4: Preferované druhy masáží	50
Graf č. 5: Přehled masáží, které chtějí klienti vyzkoušet.....	51
Graf č. 6: Přehled masáží, které klienti určitě nevyzkouší	51
Graf č. 7: Chybějící druhy masáží v Turnově.....	52
Graf č. 8: Faktory ovlivňující zájem o masáž	53
Graf č. 9: Upřednostňované pohlaví maséra.....	54
Graf č. 10: Využití příjezdu maséra za klientem domů	55

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: SWOT analýza	36
Tabulka č. 2: Přehled masáží v Turnově.....	45
Tabulka č. 3: Pohlaví klientů a jejich věk.....	48
Tabulka č. 4: Cena přijatelná za celkovou hodinovou masáž.....	53
Tabulka č. 5: Upřednostňované pohlaví maséra	54
Tabulka č. 6: Přehled cen vybraných masérů u vybraných masáží	61
Tabulka č. 7: SWOT analýza masážního salonu	63
Tabulka č. 8: Měsíční výdaje	64
Tabulka č. 9: Zřizovací výdaje	65
Tabulka č. 10: Finanční výdaje na zahájení činnosti	65
Tabulka č. 11: Struktura kapitálu.....	66
Tabulka č. 12: Návratnost investic	67

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Baňkování.....	24
Obrázek č. 2: Čokoládová masáž.....	25
Obrázek č. 3: Klasická masáž	26
Obrázek č. 4: Masáž lávovými kameny	28
Obrázek č. 5: Reflexní body nohou	30
Obrázek č. 6: Thajská masáž I.	31
Obrázek č. 7: Thajská masáž II.....	31

Seznam zkratek

DPH	daň z přidané hodnoty
DPFO	daň z příjmů fyzické osoby
ČR	Česká republika
FO	fyzická osoba
FÚ	Finanční úřad
HV	hospodářský výsledek
IČ	identifikační číslo
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
SWOT	strengths, weaknesses, opportunities, threats
TUL	Technická univerzita v Liberci
ŽR	živnostenský rejstřík
ŽÚ	Živnostenský úřad
ŽZ	Živnostenský zákon

Úvod

Téma analýza zákazníků masérských služeb v Turnově jsem si vybrala, protože mám k masážím od dětství blízko. Během studia na vysoké škole jsem absolvovala certifikovaný masérský kurz zaměřený na sportovní masáž. Postupem času bych si ráda osvojila kurzy na další druhy masáží a více se této terapii věnovala.

Masáž je považována za jeden z nejstarších léčebných prostředků, protože její kořeny sahají až do pravěku. Na světě je přes sto různých druhů masáží vycházejících z rozmanitých kultur. Jednotlivé druhy masáží si jsou velmi často podobné, i když třeba jen z části. Mezi nejrozšířenější druhy masáží můžeme zařadit například masáž klasickou, sportovní, aromaterapeutickou, reflexní masáž, masáž lávovými kameny, atd.

Masáž je oblíbená mezi lidmi všech věkových skupin, od kojenců po seniory. Je to terapie, která působí na člověka mnoha příznivými vlivy. Má skvělý vliv na lidskou psychiku a blahodárné fyziologické účinky. Zrychluje oběh krve, uvolňuje stres a v neposlední řadě zbavuje bolesti jednotlivé svaly.

Existuje mnoho odlišně specializovaných masérů a masážních salonů ve městech a v zemích po celém světě. Tato bakalářská práce je zaměřena na maséry a masážní služby poskytované v místě kde bydlím, ve městě Turnov.

V praktické části je vytvořena analýza konkurence a přehled nabídky masérských služeb v Turnově. Dále jsou statisticky zpracované informace z anketního šetření. V závěru práce jsou vytvořena doporučení v podobě návrhu na založení nového masážního salonu s aplikovaným marketingovým mixem.

1. Cíle

1.1 Hlavní cíl

Hlavním cílem bakalářské práce je provést analýzu zákazníků masérských služeb v Turnově pomocí anketního šetření a navrhnout možná doporučení v této oblasti.

1.2 Dílčí cíle

- vytvořit přehled nabízených masáží v Turnově
- vyhodnotit anketní šetření
- vypracovat marketingovou analýzu a SWOT analýzu
- navrhnout založení nového masážního salonu

2. Masáž

Masáž je speciální procedura, která ovlivňuje stav celého organismu. Špatný stav páteře souvisí s mnoha dalšími onemocněními vnitřních orgánů. Mezi hlavní terapeutické účinky masáže patří zlepšení pružnosti páteře, končetin a obnovení optimálního kloubního rozsahu. Masáž se využívá k posílení a detoxikaci organismu, ke zlepšení výkonnosti po fyzické i psychické námaze a k upevnění tělesného i duševního zdraví (Relaxační masáže, sportovní masáže 2013).

2.1 Historie

Masáž je pravděpodobně stejně stará, jako samotné lidstvo. Už lidé v pravěku zjistili, že hnětením svalů a kůže lze utlumit bolest a odstranit tělesnou únavu. Čína je jednou z prvních zemí, která objevila kolem roku 3000 př. n. l. léčivou sílu masáží. První zachované písemné zmínky o masáži pocházejí z Egypta, kde se dochoval svitek z 16. století př. n. l. Čínský génius Kchung-fu-c vytvořil první metodiku masáže (Sedmík, 2008).

Masáž se prakticky vyučovala a teoreticky přednášela na Vysoké škole lékařské v Číně již v 6. století n. l. Lékaři z Řecka a Říma doporučovali masáže například po bitvách, aby se vojáci rychleji zregenerovali a uchovali lépe tělo i mysl. Nejslavnější římský lékař Claudius Galenus používal masáž při výcviku gladiátorů. Rozlišoval už tehdy povzbuzující masáž před bojem a regenerační masáž k odstranění únavy po výkonu.

Jako prostředky pro masáž sloužily různé druhy olejů s přídavkem jemného písku a pryskyřic z kořenů, plodů a dřev za účelem zesílit její účinek. V Římě se tělo po koupeli pravidelně pomazávalo oleji a masáž byla každodenní součástí relaxace

Středověk nebyl pro tuto terapii vůbec významný, spíše naopak. Hygienická úroveň byla nízká a šířily se epidemie, pandemie a různé infekční choroby.

Evropa zaznamenává růst obliby masáží až ke konci 18. století n. l. Švédský tvůrce moderních masáží Petr Henrik Ling často cestoval po orientu a do Číny, kde se

naučil starobylé masážní techniky a osvojil si je. Znalosti šířil ve škole masáže, kterou sám založil. Znalosti se pak rychle šířily celým světem a začaly se více objevovat příznivé účinky této terapie.

V dnešní době existuje velké množství různých druhů masáží. Na základě moderních poznatků v kombinaci s tradičními postupy vznikají stále nové postupy a směry. Vyrůstá také zájem o alternativní způsob léčby a o oživení starověkých tradičních umění založených na dotyku (McGilveryová, 2002).

V Čechách bylo první pojednání o masáži vydané v roce 1906 ortopedem Vítězslavem Chlumským. Klasická masáž zde byla vyučována v třicátých letech. Z ní se časem vyvinuly další druhy masáží, které jsou vzájemně odlišné technikou provedení (Sedmík, 2008).

Masérská živnost byla v naší republice povolena zákonem v roce 1934 (Flandera, 2008).

2.2 Význam slova masáž

Slovo „masáž“ je mezinárodní výraz, který může působit původem z francouzštiny. Francouzské message je převzato ze starořečtiny. Massó znamená ve starořečtině mačkat, hníst nebo třít. Kmen slova masáž je starobylý a objevuje se v indoevropských jazycích (Sedmík, 2008).

2.3 Účinnost masáže

Účinnost masáže závisí na výběru a intenzitě použití jednotlivých hmatů, rychlosti a směru provedení. Vhodnou masáží ve správný čas lze zkvalitnit regeneraci po kterékoli tělesné zátěži.

Účinky masáže:

- fyziologické,
- mechanické,

- psychologické,
- reflexní.

Masáž pozitivně ovlivňuje:

- odstranění zplodin látkové výměny a únavových látek,
- svalové napětí,
- prokrvení a tím i přívod kyslíku a výživových látek ke tkáním,
- psychické napětí,
- centrální nervový systém,
- kloubní pohyblivost (Hošková, 2010).

2.4 Co dodržovat před masáží a po masáži

Před masáží se doporučuje:

- osprchovat se teplou vodou, aby se kožní póry otevřely a lépe přijmuly účinné látky obsažené v masážních prostředcích,
- nejíst žádné těžké jídlo min. 1,5 hodiny před masáží a nechodit na masáž s prázdným žaludkem,
- odstranit z těla před masáží, hodinky, řetízky, prstýnky, náramky, brýle a případně vyčesat dlouhé vlasy, aby nepřekážely,
- sdělit masérovi svůj aktuální zdravotní stav, případně se poradit předem se svým lékařem.

Po masáží je vhodné:

- vypít 2 - 3 l tekutin za den, protože při masáží dochází k aktivaci lymfatického systému, a tím i zvýšené uvolňování škodlivých látek,
- odložit sprchu nebo koupel ve vaně na další den a nechat působit masážní prostředky přes noc,
- následujících cca 12 hod. neprovázet zvýšenou fyzickou námahu,
- nedovolit, aby došlo k prochlazení uvolněných svalů, a tím ke snížení účinku masáže (Ševčík 2010).

2.5 Indikace, kontraindikace

Indikace uvádí, kdy je vhodné si dopřát blahodárný účinek masáže a jak pozitivně působí na lidský organismus.

Kontraindikace představují případy omezení či úplného zakázání masáže vykonávat. Jsou buď úplné, při kterých je masáž zakázána nebo částečné, kdy je třeba dbát zvýšené opatrnosti a zohledňovat individualitu klienta.

Indikace

Všeobecné indikace:

- zlepšení fyzického a psychického stavu,
- navození příjemných pocitů, uvolnění a zlepšení využití tkání,
- rekonvalescence po úrazech, těžkých chorobách a vyčerpání těla,
- působí jako prevence a zmírňuje celulitidu,
- podporuje detoxikaci lidského organismu,
- mírní bolesti hlavy a migrény,
- zmírňuje pooperační a poúrazovou ztuhlost,
- regeneruje a zvyšuje imunitu organismu,
- uvolňuje svaly namožené následkem většího zatížení,
- mírní bolesti při artrózách,
- zmírňuje nemoci pohybového aparátu,
- zpevňuje podkoží,
- zpomaluje stárnutí pleti,
- pomáhá při potížích se zácpou a léčbě bércových vředů,
- napomáhá rovnat vadné držení těla (kyfóza, skolióza, lordóza),
- odstraňuje otoky,
- zmírňuje potíže při statické zátěži,
- nebo se provozuje pro zpříjemnění volné chvíle.

Kontraindikace

Celková kontraindikace při:

- horečnatých, infekčních nebo akutně zánětlivých onemocnění,
- srdečních onemocnění (např. porucha srdeční činnosti),
- stavu bezprostředně po jídle,
- onemocnění ledvin a jater,
- závažnějších krvácivých stavech, jako je leukémie, hemofilie, apod.
- onemocnění nebo poranění břišní dutiny, spojené se záněty či krvácením
- nedávných operacích,
- stavech vyžadující klid na lůžku,
- nádorovém onemocnění (např. patologické těhotenství).
- po použití alkoholu, drog nebo psychotropních látek,
- bezprostředně po velké fyzické námaze,

Částečná (lokální) kontraindikace je v místech:

- hnisavých, plísňových onemocnění,
- zanícených kloubů,
- otevřených ran nebo zhmožděnin a zlomenin,
- pokousání zvířetem či uštknutí hadem,
- otoků nejasného původu,
- popálenin, opařenin nebo poleptaných ploch na kůži,
- varixů (křečových žil), zánětu žil či bércových vředů,
- zvětšených uzlin, bradavic, mateřských znamének,
- břišní oblasti u těhotných žen a žen při menstruaci,
- břišní oblast při akutních onemocněních žlučníku (Ševčík 2013).

2.6 Nejdůležitější vybavení k provozování masáže

2.6.1 Masážní místnost

Profesionální provozování masáží vyžaduje hygienické normy. Masérna by měla být dobře větraná, vzdušná a suchá místnost. Optimální teplota pro masírovaného a maséra se pohybuje mezi 23 - 24 °C. Stěny by měly být čistě vymalovány a místnost dobře osvětlena. Podlaha musí být snadno omyvatelná a neklouzavá, koberce nejsou vhodné. Nesmí chybět umyvadlo s teplou a studenou vodou. Neměla by chybět polička na prostředky využívané během masáže, dále věšák a některé elektrické spotřebiče. Místnost musí obsahovat minimálně jedno lehátko a jednu židli. Důležité je zachovávat klid, nekouřit a udržovat čistotu nejen v salonu, ale i v přilehlých prostorách (Sedmík, 2007).

2.6.2 Masážní stůl

Většina masáží se provádí vleže na masážním stole. Výška stolu by měla být 70-75 cm nad zemí, provádí-li masér masáže ve stoje. Optimální výška stolu pro sedícího maséra je 40 - 45 cm nad zemí. Moderní stoly disponují nastavitelnou výškou. Rozměry masážní polohy jsou nejčastěji 190 krát 75 cm a stůl by neměl být užší než 60 cm. Dále by měl být velice stabilní. Ideální je, když má stůl pod hlavou sklápěcí podpěrku. Povrch má být snadno omyvatelný, hladký a přikrytý čistým prostěradlem.

Pro částečnou masáž šíje nebo hrudníku vsedě postačí židle nebo v lepším případě otáčivá sedačka s nastavitelnou výškou.

2.6.3 Ruce jako pracovní nástroj

Masér by se měl o své ruce starat a vyhnout se hrubým pracím a činností s agresivními látkami nebo použít ochranné rukavice. Při jakýchkoli infekčních onemocněních ruky by neměl masírovat, aby se neinfikoval masírovaný zákazník. Nehty maséra by měly být čisté a ostříhané, bez záděr. Ruce se myjí mýdlem před

masáží i po masáži. Na rukou nemají být prsteny, hodinky ani jiné doplňky.

Úspěch maséra nespočívá jen v dobře udržovaných rukou. Důležitý je i talent, příjemné a účinné hmaty, v neposlední řadě znalost lidského těla. Nácvik hmatů se masér učí nejdříve na sobě. Učí se rozpoznávat kvalitu povrchu kůže, tedy její hladkost, hrubost, výrůstky, atd. Je přínosné, aby vnímal pocity, které v něm vzbuzují doteky šlach, podkožních žil, svalů, kostních hran, výrůstků apod. Podobné pocity bude mít i jím masírovaný člověk.

Nejcitlivější částí ruky je bříško palce a prstů. K masáži se však využívají různé části rukou, například hřbet či hrany ruky, plocha dlaně, zápěstí, ruce sevřené v pěst a další. Vycvičené a trénované ruce jsou důležitým a nenahraditelným nástrojem každého maséra.

2.6.4 Prostředky pro masáž

Nejstarší rostlinné prostředky pro masáž představovaly rostlinné oleje s různými aromatickými přísadami, nejčastěji olej olivový. Ve starém Egyptě používali směs oleje a nilského bahna, jinde zase přimíchávali do oleje jemný písek a pryskyřice z různých přírodních produktů. Jako živočišný tuk se používalo nejčastěji čerstvé vepřové sádlo.

Mastné krémy mohou postačit na částečnou masáž. U masáže obličeje volíme co nejméně parfémované. Při použití tukových prostředků se musí masírovaný umýt mýdlem s teplou vodou, protože ucpávají kožní póry. V dnešní době se nejvíce využívají průmyslově vyráběné masážní emulze, které vytváří na kůži ochranný film, působící ještě několik hodin po masáži. Tyto emulze se dobře vstřebávají a neucpávají kožní póry.

Dalším prostředkem pro masáž mohou být méně obvyklé lihové přípravky, které neumožňují tak dobrý skluz jako emulze, ale jsou chladivé, levné a nemusí se smývat, protože se samy odpaří. Výjimečně se dají použít i pudry. Pudry se nemusí smývat, ale jen suchým hadříkem setřít. Ucpávají však kožní póry a vysušují pokožku.

Existují masáže, kde lze provádět masáž tzv. „nasucho“. Je to u masáže reflexní, akupresury a shiatsu. U ostatních masáží se používají pomocné prostředky, které

zlepšují skluz ruky po těle masírovaného a obsahují farmakologicky účinné a léčivé látky.

Většina masážních prostředků se řadí mezi indiferentní, tzn., že nevyvolávají žádnou odezvu. Existují i prostředky s chladivým účinkem. Chladivé emulze obsahují zpravidla eukalyptový výtažek, alkohol, kafr, mentol nebo jejich kombinaci. Derivační prostředky se používají hlavně k místní masáži bolestivých míst, protože obsahují kůži dráždivé látky, které způsobí rozšíření cév drážděním nervových zakončení. (Sedmík, 2007).

Podle Kvapilíka se masážní prostředky rozdělují na:

- mýdla,
- pudry,
- lihové prostředky,
- oleje, masti, krémy,
- a emulzní prostředky (Kvapilík, 1991).

3. Druhy masáží

V současné době se rozlišují tyto druhy masáží:

- klasické,
- lymfatické,
- sportovní a rekondiční,
- orientální (východní) – shiatsu, sujok, thajská masáž, atd.,
- Bowenovy masáže (Flandera, 2008).

Masážní techniky se rozdělují na tření, roztírání, tepání, chvění a kloubní pohyby (Hošková, 2010).

3.1 Aromaterapeutická masáž

Výtažků z aromatických rostlin, jejich léčivých vlastností a opojné vůně si lidé váží už po celá tisíciletí. Starověká aromaterapie byla po staletí zdokonalována. Slovo „aromathérapie“ vytvořil francouzský chemik až v roce 1928.

Před masáží se používá výhradně studená sprcha, aby se oleje nevstřebaly rychle do kůže. Po masáží se nedoporučuje 12 hodin mýt, aby se stihly odstranit z těla toxiny. Komplexní masáž celého těla trvá necelou jednu hodinu. Aromaterapie se technicky neliší od masáže klasické. Masíruje se však účinnými esencemi, které se rychle odpařují, proto se mají nanášet každé 4 minuty. Obvykle se provádí částečná masáž problémových oblastí těla. Užívá se nejvíce tření plochou dlaně, dále roztírání palci. Masáž by měla obsahovat rozproudění hnětením, tlak a zklidňující část (McGilveryová, 2002).

K aromaterapii se používají v malém množství různé oleje, nejčastěji čisté silicové a esence z různých částí rostlin. Silicové oleje jsou vysoce hořlavé a koncentrované výtažky. Mísí se obvykle s jinými složkami, protože se rychle vypařují. Mezi nejpoužívanější aromatické rostliny a silice patří levandule, rozmarýna, pelargónie a růže. Dále se využívá heřmánek, skořice, kostival, eukalypt, fenykl, jasmín, kadidlo, citron, meduňka, pomeranč, máta peprná, borovice, tee tree a další (Semík, 2008).

Aromaterapie pozitivně působí na imunitní systém a ulevuje při zátěži a stresu. Posiluje důležitou imunitu organismu a harmonizuje tělesné a duševní pochody, které v lidském těle probíhají. Éterické oleje zlepšují regeneraci svalů a hydrataci pokožky.

3.2 Baňkování

Baňkování neboli vakuoterapie je původem ze starověké Číny.

Na povrch kůže se přikládají nejčastěji skleněné baňky, u kterých k vytvoření podtlaku slouží zažehnutý lihový tampón upevněný do pinzety. Tampon se vloží na chvíli do baňky. Vzduch v baňce se rychle ohřeje a při jeho ochlazování se vytváří podtlak (vakuum). Kůže je potom sama vtažena dovnitř baňky. Při masážním baňkování se pracuje pouze s jednou baňkou, která je mírně přisáta na pokožku těla. Baňky mohou být i plastové či gumové. Pro baňkování je důležité mít alespoň 12 baněk o různých velikostech.

Baňkování intenzivně prokrvuje masírovanou část těla a detoxikuje lidský organismus. Příznivě působí především na lymfatický systém a páteř, odstraňuje celulitidu, bolesti zad, kloubů, aj. (Zdraví 2008).



Obrázek č. 1: Baňkování

Zdroj: <http://bodybody.cz/bankovani-metoda-z-tradicni-cinske-mediciny/>

3.3 Čokoládová masáž

Výjimečnost čokolády je známá již více než dva tisíce let. Už tehdy lidé přišli na to, že čokoláda omlazuje pokožku a dodává tělu pocit dobré nálady.

Tělo je nejdříve ošetřeno peelingem, při kterém dochází k odstranění povrchových nečistot pokožky. Dále rychlými a speciálními tahy je celé tělo promasírováno olejem a horkou čokoládou. Pro dokonalé ošetření pokožky se provádí zábal z čokolády. Na závěr se tělo omývá žínkou a teplou vodou.

Čokoláda dokáže stimulovat v mozku tvorbu dopaminu a uvolňovat endorfiny, serotonin a zdroje štěstí. Díky čokoládové masáži či zábalu tělo přes pokožku vstřebává vitaminy, aminokyseliny, minerály a antioxidanty. Má příznivý vliv na činnost srdce, detoxikaci a odplavení nežádoucích a toxických látek. Čokoládová masáž vyhlazuje a zkrášluje pokožku, odstraňuje celulitidu a odstraňuje z těla toxické látky. Tato zkrášlující procedura navíc uvolňuje ztuhlé svaly. Vůně čokolády je pak třešničkou na dortu této luxusní péče (Čokoládová masáž 2013).



Obrázek č. 2: Čokoládová masáž

Zdroj: <http://www.ostravske-slevy.cz/akce31/cokoladova-detoxikacni-masaz>.

3.4 Dornova metoda

Dieter Dorn přišel v sedmdesátých letech 20. století k úrazu. Pomohl mu sedlák, který ho úplně zbavil problémů s páteří. Dorn byl jeho metodou natolik okouzlen, že začal podobným způsobem pomáhat lidem v okolí a rozvíjet vlastní praktiky.

Dornova metoda je druh jemné manuální terapie, která nikdy nepřekračuje práh bolesti. Lze se jí snadno naučit a používat. Provádí se dynamicky nebo kyvadlovým pohybem protější nohy nebo ruky. Je důležité, aby masírovaný člověk spolupracoval.

Tato metoda bezpečně uvádí klouby a obratle do správných poloh, uvolňuje blokády v tkáních i energetické bloky. Jelikož se uvolňují fyzické i psychické bloky,

považuje se Dornova metoda za terapii celostní, která léčí nejen příznaky nemoci, ale i samotné příčiny onemocnění (Raslan, 2004).

3.5 Klasická (švédská) masáž

Klasická masáž patří mezi manuální relaxační techniky a je zřejmě stará jako lidstvo samo.

Masáž působí okamžitě a jednorázově na tělo i duši masírovaného. Při této masáži je využívána široká škála hmatů a tahů. Masér vychází z individuálních problémů konkrétního klienta, kterému přizpůsobuje volbu a sled jednotlivých hmatů. Masáž se provádí na celé tělo nebo pouze na problematických částech, kterými bývají nejčastěji záda a šíje.

Klasická masáž přispívá zejména k uvolnění masírovaného svalstva, odstranění jeho ztuhlosti, bolesti, ale i k celkové tělesné i duševní relaxaci masírovaného. Odstraňuje únavu, stres, bolesti hlavy a nespavost. Navozuje masírovanému velice příjemné pocity celkového uvolnění, a tak působí i na jeho psychiku. Klasická masáž je výborná jako prevence pohybových, ale i virových onemocnění.



Obrázek č. 3: Klasická masáž

Zdroj: <http://www.masazemartinpraha.cz/sluzby/masaze/klasicka-masaz/>

3.6 Lymfatická masáž (lymfodrenáž)

Manuální lymfodrenáž představil v roce 1936 dánský manželský pár Vodder na mezinárodní výstavě zdraví a krásy ve Francii.

Masáž má za úkol obnovit a zvýšit oběh lymfy. Jestliže lymfatický systém

nepracuje nebo je jeho činnost zpomalena, zůstávají zbytky látkové výměny v tkáních. Tukové buňky pak zvyšují svůj objem a vytváří se pomerančová kůže a otoky. Pomocí cíleného masážního tlaku a směru je možné lymfu aktivovat a dosáhnout odplavení škodlivin z těla ven. Tuto metodu provádí vyškolený masér, který speciální manuální technikou odblokuje hlavní uzliny. Nejžádanější jsou masáže dolních končetin a hýždí.

Lymfodrenáž je vhodnou technikou před chirurgickými, ortopedickými a dalšími operacemi. Kromě příznaků celulitidy umí odstranit otoky, pocit těžkých nohou, ulevit od svalové bolesti aj. Zajišťuje aktivitu lymfatického systému, prevenci pooperačních otoků a tím zlepšuje a urychluje hojení ran a mírní jejich bolestivost. Lymfodrenáž je tedy nejen lékařsky zdůvodněná a účelná, ale navíc velice příjemná a uvolňující. Masáž je dobré spojit s pravidelným aktivním pohybem (Václavková 2013).

3.7 Masáž lávovými kameny

Kořeny této terapie jsou zapuštěny v době okolo narození Krista. Původ masáže zasahuje do Tibetu, Nepálu a západní Číny.

V současné době jsou nejvíce rozšířeny dva druhy masáže horkými kameny:

- **„LaStone Massage“** pracuje s 54 černými čedičovými a s 18 bílými mramorovými kameny. Mramorové kameny se chladí ledem a čedičové kameny se zahřívají na 50 až 60 C°. Terapie teplem a chladem vyvolává napětí, které se tělo samo snaží vyrovnávat. Tuto masáž smějí používat jen autorizované osoby, protože jde o chráněný pojem.
- **„Hot Stone Massage“** má původ na Havaji a pracuje s jemným stimulováním. Čedičové kameny jsou nejčastěji černé, lesklé a hladké. Zahřívají se ve vodní lázni na 50 - 60 C°. Nejdříve se kameny jenom přikládají, aby se tělo masírovaného dobře prohřálo. Kameny se přikládají na energetická centra po celém těle. Následuje masáž kameny s mírným tlakem. Masáž může provádět každý masér.

Masáž horkými kameny je skvělým spojením masáže, blahodárného působení horkých kamenů a stimulace energie. Nabije celý organismus vitalitou a novou energií, energetické pole se posílí a zharmonizuje (Fleck, 2009).



Obrázek č. 4: Masáž lávovými kameny

Zdroj: <http://www.larawellness.cz/wellness/masaz-lavovymi-kameny/>

3.8 Medová masáž

Medová masáž je přírodní léčitelská metoda, která nabyla v poslední době na oblibě. Již ve starověku bylo známo, že má včelí med blahodárné účinky. Ukrajinský lidový léčitel Oleg Lohnes znovu zachytil umění medové masáže z původních a opomenutých ruských knih. Knihy rozvinul a přinesl na Západ.

Při medové masáži se nejčastěji ošetřují záda a klouby. Nanese se přiměřené množství medu na záda a důkladně rozprostře. Po krátké době, která je individuální, se med vstřebá do pokožky. Nasává do sebe odumřelé kožní buňky, kožní mikroflóru pot aj. Prostřednictvím speciálních „pumpovacích“ pohybů rukou jsou vysávány jedy a staré usazeniny z hloubky tělesných tkání. Tato masáž také stimuluje reflexní zóny zad a tím se podílí na léčení jednotlivých orgánů. Med se mění v bílou až našedlou špinavou hmotu, která se omývá pouze čistou vodou.

Léčivá síla včelího medu působí přímo na kůži. Detoxikuje lidský organismus od usazenin nahromaděných z potravin, léků a z životního prostředí. Medová masáž pomáhá v boji proti různým chorobám, jako je rakovina, bolesti hlavy, revmatické choroby, plísňe, poruchy nervů, potíže s usínáním, deprese, chronická rýma, atd. Dále zklidňuje, uvolňuje, je vhodná při vyčerpání a slabosti v důsledku stresu. Tiší kašel,

obnovuje přirozenou detoxikační schopnost a další (Harnisch, 2002).

3.9 Shiatsu

Počátky shiatsu sahají do 3. tisíciletí př. n. l. Je to starobylá japonská léčebná procedura, spojující západní techniky osteopatie s tradičními východními postupy. Doslovný překlad znamená Shi (prst) a Atsu (tlak).

Shiatsu využívá statického tlaku. Působí na akupunkturní body, meridiány a harmonizuje výkyvy v oběhu životní energie na celém těle pomocí prstů, loktů, kolen a chodidel. Masáž využívá jen dvou druhů hmatů – protažení a tlak.

Tato terapie zmírňuje bolesti a ozdravuje celé tělo (McGilveryová, 2002).

3.10 Sportovní masáž

Zakladatelé této masáže jsou Řekové. Nepoužívali ji jen k léčení, ale vyučovali ji i učitelé v gymnasionech. Masáž používali sportovci před sportovními výkony. Prováděli ji oleji s přidavkem jemného písku, různých kořenů, plodů a pryskyřic z dřev, aby se zesílil její účinek.

Sportovní masáž využívá na každé části těla sedmi skupin masérských hmatů. Jsou to úvodní tření, hnětení, roztírání, tepání, chvění, pasivní pohyby a závěrečné tření.

Sportovní masáž má odstraňovat únavu. Měla by být nejlépe celková a trvat asi jednu hodinu. Poskytuje se ideálně dvakrát týdně, ve dnech, kdy se nejvíce nestrádala únava. Při velmi těžké únavě či vyčerpání sportovce se provádí raději až druhý den.

Existuje „masáž o přestávkách“, která se používá při různých utkáních či závodech, když sportovec potřebuje podávat ty nejlepší výkony. Musí se provádět pouze na zdravých jedincích (Hošková, 2000).

3.11 Reflexní masáž (Reflexologie)

Původ reflexní terapie zůstává jako u většiny starých metod utajen. Tato metoda se zřejmě vyvíjela na různých místech planety současně. První zmínky jsou o reflexologii ve třetím tisíciletí př. n. l. v díle Žlutého císaře.

Při reflexní masáži se využívá především znalosti bodů na chodidlech a dlaních, které odpovídají daným orgánům lidského těla. Každému orgánu v těle přísluší reflexní body. Na chodidle člověka končí každý reflexní bod, který prochází od mozku přes jednotlivé orgány. Doba působení na některé body je stanovená, u jiných zase neomezená.

Tato terapie zlepšuje činnost jednotlivých orgánů a pomáhá při odstraňování bloků reflexních drah. Uvolňuje ztuhlé svaly a přispívá k celkové relaxaci a regeneraci masírovaného. Prostřednictvím reflexních bodů masér pozitivně působí na určité tělesné orgány. Vynikajících účinků bylo reflexologií dosaženo zejména při léčbě neplodnosti a migrén. Lidé se při používání této masáže stávají vyrovnanější a odolnější (Dougansová, 2007).



Obrázek č. 5: Reflexní body nohou

Zdroj: <http://www.kryocentrumpardubice.cz/reflexni-masaz-plosky>

3.12 Thajská masáž

Thajská masáž je tradiční thajská terapie, která byla po staletí předávána z učitele na žáka. Její historie sahá nejméně dva a půl tisíce let zpět.

Thajská masáž je založená na ájurvédské medicíně, akupresuře a józe. Původní thajská masáž nevyužívá masážní olej a je obvykle prováděná na matraci položené na zemi. Masér používá k terapii celé tělo, především ruce, chodidla a lokty. Doteky jsou vždy cílené a není používána síla. Masáž kombinuje protahovací cviky a stimuluje akupresurní body. Využívá reflexních bodů a meridiánů. Přes intenzitu techniky provedení, není thajská masáž vyčerpávající pro maséra ani pro masírovaného. Při sledování zkušeného maséra, vypadá thajská masáž jako meditace. Dále se od běžných masáží liší tím, že klient zůstává úplně oblečený.

Masáž dostane klienta do psychické pohody a dobré fyzické kondice. Zbavuje od bolesti zad, svalstva a hlavy. Působí dobře na lidi se stresovými poruchami a psychosomatickými obtížemi. Pročišťuje energetické dráhy a uvolňuje celé tělo (Salguero, 2008).



Obrázek č. 6: Thajská masáž I.

Zdroj: <http://www.dodoland.cz/masaze-a-romanticke-zazitky/tradicni-thajska-masaz>



Obrázek č. 7: Thajská masáž II.

Zdroj: <http://www.larawellness.cz/wellness/thajske-masaze/>

3.13 Další masáže

Akupunktura, Bowenova a Breussova masáž, masáž kojenců, indická, atd.

4. Regenerace

Regenerace sil je biologický proces. Zahrnuje veškerou činnost, která je zaměřena k rychlému a plnému zotavení všech tělesných i duševních procesů. Nárůst fyzické činnosti v objemu a intenzitě je úměrně spojen s požadavky na regeneraci sil v množství a kvalitě (Jirka, 1990).

Regenerace je zaměřena na zdravého jedince s cílem likvidovat únavu způsobenou v důsledku zátěže a urychlit přirozené zotavovací procesy. Masáž je nedílnou součástí většiny regeneračních postupů.

Léčebná rehabilitace je součástí dnešní zdravotní péče. Je prováděna nemocným lidem s cílem doplnit a urychlit léčbu, zpomalit postup onemocnění nebo zkrátit jeho dobu rekonvalescence.

Druhy regenerace:

- **Regenerace pasivní** – přirozená činnost organismu bez vnějšího zásahu. Základní formou je spánek a odpočinek v klidu.
- **Regenerace aktivní** – je tvořena všemi plánovaně aplikovanými činnostmi a prostředky, které urychlují přirozený proces zotavení po zátěži.
- **Časná regenerace sil** – je prováděná v průběhu činnosti nebo na ni bezprostředně navazuje. Hlavním cílem je odstranit akutní únavu co nejrychleji.
- **Pozdní regenerace sil** – týká se delšího časového úseku u fyzické i psychické regenerace. Nastupuje až po delším období intenzivního zatížení (Hošková, 2010).

5. Podnikání

Obchodní zákoník definuje podnikání jako „soustavnou činnost prováděnou samostatně podnikatelem, vlastním jménem na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku“. (SZŠ a VOŠZ 2012, s 6).

OSVČ je pro všechny státní instituce osoba, která má příjem z podnikání nebo jiné samostatně výdělečné činnosti.

Podnikatel sestavuje na začátku podnikání co možná nejkonkrétnější podnikatelský plán, aby zjistil, zda je jeho podnikatelský nápad vhodný pro podnikání.

5.1 Výhody a nevýhody podnikání fyzické osoby

Výhody podnikání FO:

- samostatnost a volnost v plánování a rozhodování,
- nepovinný finanční vklad,
- výdaje lze uplatnit paušální částkou pro zjištění dílčího základu daně,
- zisk náleží po zdanění jen podnikateli,
- možnost uplatnit výdaje paušálem, je-li to pro ni výhodné,
- podnikat lze hned po ohlášení živnosti a zapsání do ŽR.

Nevýhody podnikání FO:

- riziko neomezeného ručení vlastním majetkem,
- omezený přístup k bankovním úvěrům a vyšší úroky,
- požadavky na odborné znalosti,
- veškerou administrativu provádí FO sama,
- riziko malé konkurenceschopnosti vůči velkým firmám.
- přístup k úvěru je závislý na schopnosti splácení (SZŠ a VOŠZ 2012).

6. Marketing

Marketing už byl definován mnoha autory a různými způsoby. Všechny definice mají však jedno společné a tím je zákazník a uspokojení jeho potřeb.

Marketing ovlivňuje život každého člověka. Pomocí marketingu se rozvíjí a zprostředkovává blahobyt lidí.

Dědková a Honzáková uvádějí: „Marketing představuje ucelený systém opatření, který vede k řízené nabídce správného produktu, ve správnou dobu, na správné trhy a za správnou cenu.“ (Dědková, 2012 s 11).

6.1 Cíle marketingu

Pro získání konkurenční výhody má marketing jako nástroj především tři úkoly:

- identifikovat potřeby zákazníka,
- definovat cílový trh,
- vytvořit a udržet zájem zákazníků o produkty firmy.

Je důležité si uvědomit, že marketing je velmi pomalý proces, při kterém se firma nebo podnikatel snaží přemístit do svého seznamu stálých klientů právě potenciální klienty.

Základním pravidlem v marketingu je vědět, kdo je náš zákazník a co chce. Cílem je vymyslet efektivní, finančně nenáročné, dlouhodobě pamatovatelné a vtipné oslovení co možná největší skupiny potenciálních klientů (Novotný, 2010).

6.2 Sportovní marketing

Pod pojmem sportovní marketing se často chybně rozumí jen reklama a sponzoring. Patří sem i další odvětví, které napomáhají obchodu v tomto odvětví (Čáslavová, 2000).

Sportovní marketing převládá v oblasti volného času, je typický dobrovolností, sebeurčením a principy společného hospodářství.

Dva odlišné pohledy na sportovní marketing:

- **Sport v marketingu** – sportovní motivy, náčiní nebo samotní sportovci slouží jako reklamní média k přenosu podnikatelských reklamních sdělení. Většina podniků však nevyrábí a trhu neprodává sportovní produkty. Jsou to často „vzdálené“ podniky, které očekávají, že právě sportovci nebo jejich fanoušci, příp. diváci kupují tyto výrobky více než jiní lidé.
- **Marketing ve sportu** – sportovní organizace a podniky využívají marketingu a managementu. V užším pojetí využívají jen typických sportovních nositelů. V rozsáhlejší chápání jsou uvažovány podniky a organizace vyrábějící a prodávající na trh sportovní zboží a služby (Novotný, 2006).

Sportovní organizace si zajišťují finanční zdroje tím, že se zabývají marketingem. Marketing se postupně začíná v oblasti sportu více uplatňovat. Obchodní společnosti i neziskové organizace si začínají uvědomovat, že zákazníci mohou velmi přispět k pozitivnímu rozvoji (Čáslavová, 1997).

6.3 Marketingový mix

Strategie firmy souvisí se čtyřmi základními nástroji marketingu, které jsou v odborné teorii označovány podle anglického původu jako čtyři „P“. U nás je běžné spíše označení „marketingový mix“.

Nástroji marketingu jsou:

- **výrobek (produkt)** – materiální věci, služby, myšlenky, organizace,
- **distribuce (place)** – distribuční cesty, kterými se služba nebo výrobek dostane k zákazníkovi,

- **cena (price)** – je složená z hodnoty výrobku nebo služby a z nákladů s ním nebo s ní spojenými, např. výroba, doprava, atp.,
- **komunikace (promotion)** – obsahuje propagační systém, informující zákazníka o službě nebo výrobku (Dědková, 2012).

6.4 SWOT analýza

Ve SWOT analýze podnikatel hodnotí pozici firmy na trhu v současnosti, i s výhledem do budoucnosti. Snaží se eliminovat rizika a pružně reagovat na změny na trhu s nejvyšším využitím svých silných stránek.

SWOT analýza je předpokladem pro zjištění postavení začínající podnikatelské jednotky na trhu. Vytváří pohled na podnikatele i na okolí, ve kterém se nachází.

Tabulka č. 1: SWOT analýza

SWOT analýza		
Přednosti	STRENGTHS (Silné stránky) Možnosti Podmínky, kterými jsme schopni úspěšně podpořit realizaci cíle - kvalifikovaný personál - finanční stabilita - ... <i>Co nám to usnadní?</i>	OPPORTUNITIES (Příležitosti) Příležitosti Co bude zlepšeno, čeho bude realizací cíle dosaženo - nová technologie - kamerový systém - ... <i>Co se tím zlepší?</i>
Nedostatky	WEAKNESSES (Slabé stránky) Rizika podmínky, které mohou dosažení cíle zmařit - stabilita procesů - spolehlivost strojů - ... <i>Co nám to znesnadní?</i>	THREATS (Hrozby) Hrozby které nás nutí realizovat nebezpečné možnosti, které by nás čekaly - daňová reforma - nová služba konkurence - ... <i>Co nás k tomu nutí?</i>
	Vnitřní	Vnější

Zdroj: <http://www.vlastnicesta.cz/metody/metody-marketing/swot-analyza/>

6.5 Propagace a reklama

V době stále rostoucí konkurence jsou propagace a reklama velice důležitými nástroji nezbytnými pro udržení a rozvoj podnikatele.

Při zahájení podnikání by měl podnikatel vymezit objem finančních prostředků

určených na propagaci a reklamu.

Příklady propagace:

- reklama v českém i zahraničním tisku,
- internetové stránky,
- reklama v médiích,
- tištěné letáky,
- reklamní předměty,
- účast na sportovních akcích, odborném veletrhu, konferencích,
- oslovení fitcenter, hotelů nebo např. kadeřnických salonů formou propagačních letáků či osobní návštěvy, apod. (SZŠ a VOŠZ, 2012).

6.6 Marketingový výzkum

Výzkumem trhu se rozumí „systematické shromažďování, zaznamenávání a analýza dat se zřetelem na určitý trh, kde trhem je míněna specifická skupina zákazníků ve specifické geografické oblasti.“ (Příbová 1996, s 13)

7. Přehled nabízených masérských služeb v Turnově

Turnov je menší město, které čítá necelých 15 000 obyvatel. Podle průzkumu se v této lokalitě nachází minimálně 15 různých subjektů a masérů, zabývajících se poskytováním masérských služeb.

Následující část práce stručně popisuje jednotlivé masážní subjekty, které v současné době v Turnově vykonávají svoji činnost. V případě že masáž není jejich jediným pracovním zaměřením, jmenuji všechny jejich nabízené služby.

1. Energy Group, a. s.

Společnost provozuje masáže, zdravotnickou poradnu a alternativní medicínu. Zabývá se dále kosmetikou, laboratorními testy, maloobchodním prodejem drogistického zboží, také prodejem zdravotnických potřeb, veterinárních produktů, ekologických mycích a čistících prostředků.

Bc. Pavla Emmerlingová

Provádí v této společnosti různé druhy masáží a poskytuje poradenství v oblasti prevence zdraví.

Druhy nabízených masáží:

- relaxační masáž, aromatické masáže, baňkování, přístrojová lymfodrenáž, Breussova masáž, medová masáž a masáž lávovými kameny.

Telefon: +420 733 760 522

Webové stránky: www.energyturnov.cz

Adresa: Antonína Dvořáka 303, Turnov 511 01

2. Kosmetický salon Nefertiti

Salon Nefertiti nabízí nejen masáže, ale i kosmetiku, manikúru, pedikúru,

kadeřnictví, solárium a modeláž nehtů.

Druhy nabízených masáží:

- léčení Reiki, klasická, sportovní a rekondiční masáž, masáž při bolestech hlavy a migréně, reflexní masáž chodidel, Dornova metoda, Breussova masáž a Guasha. Dále provozuje baňkování, masáž baňkami proti celulitidě, detoxikační medovou masáž, čokoládovou masáž, křišťálovou masáž, masáž lávovými kameny, lymfatickou masáž, Spinal Touch, havajskou masáž Lomi Lomi a indickou masáž hlavy.

Hana Kmošťáková

Mistr učitel Reiki, provádí níže uvedené druhy masáží.

Druhy nabízených masáží:

- energetické masáže, Reiki, masáže regenerační, relaxační a zkrášlující.

Telefon: +420 481 324 233

Webové stránky: www.hanka-masaze.estranky.cz

Lenka Doležalová

Nabízí a aplikuje masérské, rekondiční a regenerační služby.

Druhy nabízených masáží:

- regenerační masáž celého těla, anticelulitidová masáž s ozónovým zábalením, indická antistresová masáž hlavy, vyhlazovací masáž obličeje (lifting), masáž lávovými kameny a čokoládová masážní terapie.

Telefon: +420 777 591 721

Webové stránky: www.salon-nefertiti.wbs.cz

Adresa: Náměstí Českého Ráje 25, Turnov 511 01

3. Regenerační salon Slunečnice

Tento salon provozuje masáže a další doplňující služby. Zaměřuje se na kadeřnictví a nabídku lymfodrenáží.

Lenka Bittnerová Landrová

Diplomovaný fyzioterapeut vykonávající svoji činnost v salonu Slunečnice.

Druhy nabízených masáží:

- klasická masáž, masáž lávovými kameny, relaxační a sportovní masáž, masáž těla, zad a šíje.

Telefon: +420 724 653 291

E-mail: lenka.landrova@post.cz

Webové stránky: www.slunecnicelenka.cz

Adresa: Antonína Dvořáka 1865, Turnov 511 01

4. Studio Life, s. r. o.

Studio Life, s. r. o. nabízí nejen masáže, ale i sebezkušenostní semináře, rodinné konstelace, konzultace, meditace, tantru, léčení a pořádání léčebných pobytů v Chorvatsku.

Lenka Chourová a Karel Chour

Manželé pracující pod názvem tohoto studia.

Druhy nabízených masáží:

- klasická masáž, masáž lávovými kameny, lymfatická, Reiki a kombinované léčivé masáže.

Telefon: +420 602 468 427

E-mail: studio.life@seznam.cz

Webové stránky: www.studiolife.cz

Adresa: Hluboká 143 (Pasáž Kinský v 1. patře), Turnov 511 01

5. Relaxační studio "Na Výšince"

Relaxační studio provádí různé druhy masáží a opalování v soláriu.

Kamila Poláčková

Druhy nabízených masáží:

- klasická masáž, masáž lávovými kameny, masáž proti celulitidě, relaxační masáž, sportovní a regenerační masáž, masáž těla, Breussova masáž, Dornova metoda, masáž zad a šíje.

Telefon: +420 733 225 889

E-mail: kamila.turnov@seznam.cz

Adresa: Rubínová 1923, Turnov 511 01

6. Tělovýchovná jednota Turnov, o. s.

Provoz sportovního centra disponuje saunou, vířivkou, plošinou, spinningem, squashem a soláriem. Nabízí různé druhy masáže a kosmetické služby.

Jana Votrubicová, Dis.

Druhy nabízených masáží:

- reflexní terapie, čínská energetická (harmonizující) masáž, indická masáž hlavy a antistresová masáž, medová detoxikační masáž, Dornova metoda a Breussova masáž, hot stones, havajská masáž lomi lomi, neurodistenzivní lymfatická masáž, anticelulitidová masáž s ozonovým zábalem, čokoládová masáž, indonéská masáž bali, thajská tradiční masáž, čínská masáž thuina a vakuová ruční masáž se zábalem.

Telefon: +420 731 802 989

Petr Hofhans, Dis.

Druhy nabízených masáží:

- sportovní masáže, reflexní masáž chodidel, mobilizace zablokovaných kloubů, diagnostika a léčba funkčních poruch pohybového systému.

Telefon: +420 604 230 821

Webové stránky: www.tjturnov.cz

Adresa: Skálova 207, Turnov 511 01

7. Jovanka Nechvátalová

Paní Nechvátalová provádí různé druhy masáží, přístrojovou lymfodrenáž a možnost využití solária.

Druhy nabízených masáží:

- masáže medové, čokoládové, sportovní, relaxační a aroma masáže.

Telefon: + 420 603 972 050

E-mail: nech.jo@seznam.cz

Adresa: Hruboskalská 527, Turnov 511 01

8. Ladislava Nováková

Druhy nabízených masáží:

- aroma masáže, reflexní terapie plosek nohou, sportovní a regenerační masáž přírodními oleji.

Telefon: +420 602 80 450

Adresa: Malý Rohozec 151, Turnov 511 01

9. Lucie Kahudová

Poskytuje hledání příčin nemocí i změny životního stylu. Nabízí lymfodrenáže a různé druhy rekondičních i léčebných masáží.

Druhy nabízených masáží:

- aroma masáže, Dornova metoda, Su-Jok, Spinal Touch, Breussova masáž a ruční lymfodrenáž.

Telefon: +420 739 042 004

E-mail: lucie.kahudova@seznam.cz

Webové stránky: www.lecebne-masaze.ic.cz

Adresa: Jiráskova 131 (1. patro), Turnov 511 01

10. Ivana Kelterborn

Paní Ivana provozuje masáže, manikúru a pedikúru.

Druhy nabízených masáží:

- masáž lávovými kameny, klasická masáž, regenerační aroma masáž a manuální lymfodrenáž.

Telefon: +420 603 551 387

E-mail: ivana.kelterborn@seznam.cz

Webové stránky: www.ivanakelt.webnode.cz

Adresa: Husova 591, Turnov 511 01

11. Michal Valšík

Nabízí masáže, přístrojové lymfodrenáže a rašelinové zábaly.

Druhy nabízených masáží:

- sportovní masáž.

Telefon: +420 608 524 980

Webové stránky: www.duha-turnov.cz

Adresa: Tázlerova 820, Turnov 511 01

12.Leoš Horna

Pomáhá klientům s nalezením rovnováhy těla a mysli, posílením energie a vitality. Nabízí léčení, masáže, meditace a techniky Taiči i Čikung.

Druhy nabízených masáží:

- relaxační masáž.

Telefon: +420 604 255 107

E-mail: tvorim@cestu.cz

Webové stránky: www.zivot-v-pohybu.cz

Adresa: U Nádraží 1296, Turnov 511 01

13.Relax klub

Pan Zbyšek Hlavinka provozuje Relax klub a spolupracuje s taneční a pohybovou školou. Pro tanečníky a rodiče TAPŠ ILMA nabízí slevu 10 %.

Zbyšek Hlavinka

Druhy nabízených masáží:

- sportovní a relaxační masáže.

Telefon: +420 604 869 000

Webové stránky: www.ilma.cz/masaze

Tabulka č. 2: Přehled masáží v Turnově

Druh masáže	Počet
Lymfatická masáž	9
Masáž lávovými kameny	7
Sportovní masáž	7
Klasická masáž	6
Aroma masáž	5
Breussova masáž	5
Relaxační masáž	5
Dornova metoda	4
Medová masáž	4
Reflexní masáž	4
Čokoládová masáž	3
Reiki	3
Baňkování	2
Regenerační masáž	2
Spinal Touch	2
Thajská masáž	1

Zpracovaný přehled počtu masáží v tabulce ukazuje, že nejvíce je v Turnově subjektů zabývajících se lymfatickými masážemi nebo lymfodrenážemi. Na druhém místě se z pohledu četnosti umístila sportovní masáž a masáž lávovými kameny. Následovala masáž klasická, aroma masáž, Breussova masáž, relaxační masáž, atd.

Po jedné masáži je v Turnově nabízena např. čínská energetická masáž, indická masáž hlavy, havajská masáž lomi lomi, anticelulitidová masáž se zábalem, indonéská masáž bali, čínská masáž thuina, vakuová ruční masáž se zábalem, Su-Jok a kombinované léčivé masáže.

8. Analýza zákazníků masérských služeb v Turnově

8.1 Charakter průzkumu

Tato část práce je zaměřena na průzkum zákazníků masérských služeb v Turnově. Cílem průzkumu je vytvořit analýzu na základě anketního šetření, aby se mohla navrhnout nová možná doporučení v této oblasti.

Při průzkumu jsem využila čtyř různých salonů provozujících masérské služby. Rozdala jsem 120 ks anket, z nichž se vrátilo vyplněných 109 ks. Masážní salony jsem vybírala náhodně, aby byl průzkum co nejobjektivnější.

8.2 Průzkum

Pro získání dat potřebných k vyhodnocení analýzy zákazníků, bylo využito osobně rozdaných anket. Následné vyplňování se provádělo v salonech umístěných na různých místech ve městě. Otázky v anketě byly sestaveny jen pro účely tohoto průzkumu.

8.2.1 Použité metody

K získání potřebných dat jsem použila metodu anketního šetření, pomocí samostatně vytvořené ankety. Tato anketa (Příloha č. 1), obsahuje základní otázky potřebné k vyhodnocení bakalářské práce.

Prioritně jsem chtěla zjistit, jaký je podíl mužů a žen chodících na masáž, jejich průměrný věk a zda existuje masáž, která v Turnově současným klientům chybí. Dále jaké druhy masáží zákazníci preferují, apod.

1.1.1. Otázky v průzkumu

- Věk
- Pohlaví

- Jak často chodíte na masáž
- Chodíte zpravidla na masáž (jaké části těla)
- Jaký druh masáže preferujete
- Jaké druhy masáží chcete vyzkoušet
- Jaké masáže určitě nevyzkoušíte
- Které druhy masáží v Turnově postrádáte
- Jaké faktory nejvíce ovlivňují Váš zájem o masáž
- Jakou cenu považujete za přijatelnou u hodinové masáže
- Upřednostňujete masáž (pohlaví maséra)
- Využili byste službu příjezdu maséra za Vámi domů

1.1.2. Další okolnosti průzkumu

Dotazovány byly převážně zařízení nacházející se v centru Turnova s praxí delší než jeden rok.

Kontakt s jednotlivými maséry pracujícími v těchto zařízeních jsem navázala nejprve pomocí e-mailu, poté jsem je navštívila osobně a rozdala ankety.

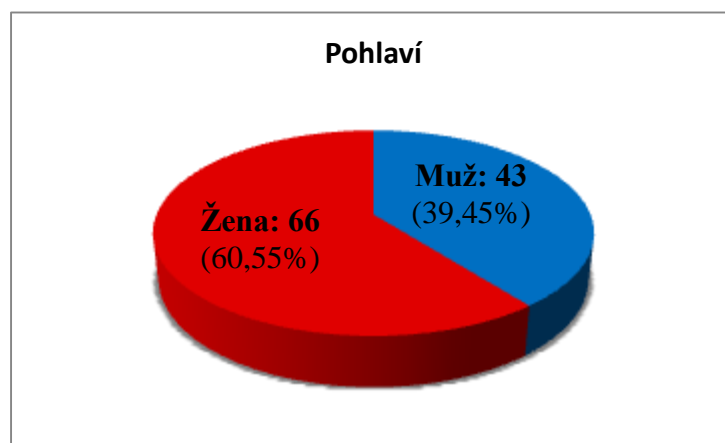
Anketní šetření bylo prováděno na vzorku 109 klientů masážních služeb v průběhu celého měsíce března, roku 2013.

8.3 Vyhodnocení průzkumu

Následující díl praktické části je věnován vyhodnocení získaných dat z vyplněných anket. Při zpracování informací využívám grafů a tabulek, kterými zobrazuji výsledky tohoto orientačního průzkumu.

1. Pohlaví

První otázka v anketě je zaměřena na pohlaví klientů využívajících masérské služby.



Graf č. 1: Pohlaví klientů

Podle grafu (Graf č. 1) je zřejmé, že masáže využívá oproti mužům větší podíl žen. Ze 109 kusů vyplněných anket bylo 66 žen a 43 mužů.

2. Věk

Cílem této otázky je zjistit, jaká věková kategorie lidí nejvíce navštěvuje masáže.

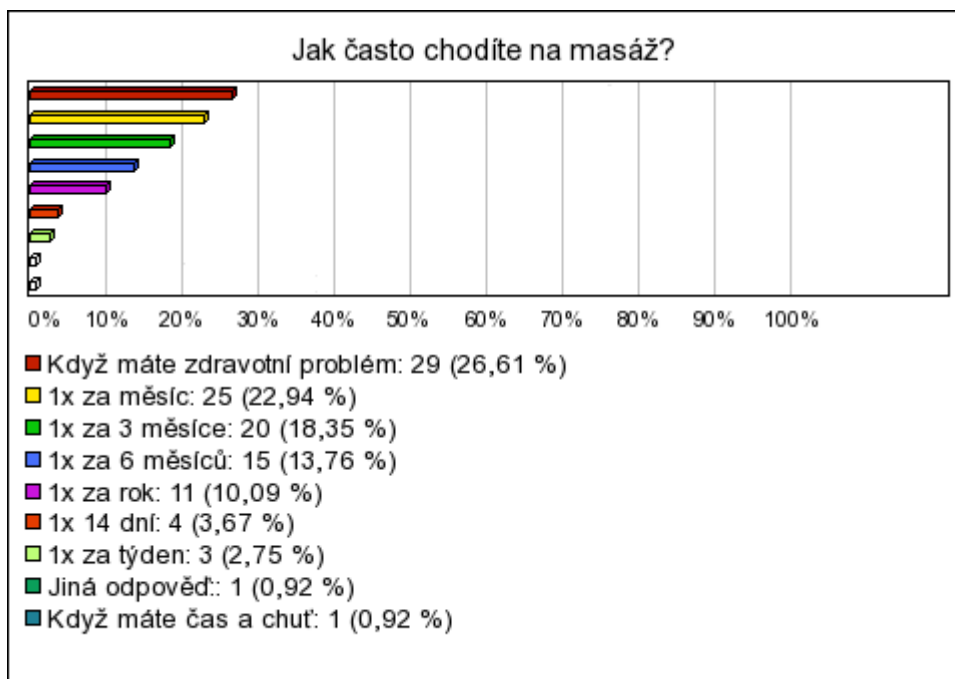
Tabulka č. 3: Pohlaví klientů a jejich věk

Segmenty / Odpovědi	Všichni respondenti	Muž	Žena
Počet odpovědí	109	43	66
Průměrný věk	43,17	44,93	42,03
Věkové minimum	18	18	22
Věkové maximum	74	74	73

Podle výsledků v tabulce (Tabulka č. 3), lze dobře vyčíst, že celkový věkový průměr všech dotázaných klientů, je 43 let. Masáže nejvíce navštěvují lidé ve věku mezi 27 a 59 lety. V anketě se naopak vůbec neobjevila skupina dětí, tedy lidé pod hranicí 18 let věku a osoby starší než 74 let.

3. Jak často chodíte na masáž?

Další neméně důležitá otázka má zjistit, jak často si zákazníci dopřávají masérských služeb.

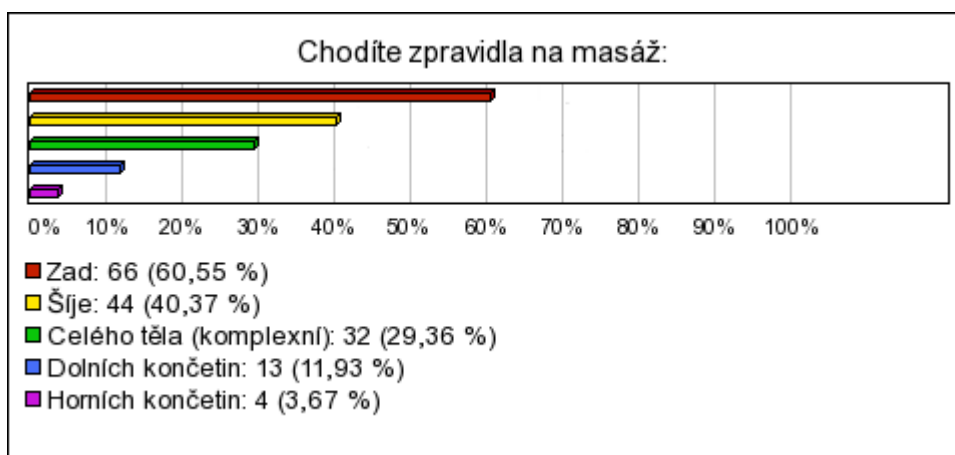


Graf č. 2: Pravidelnost návštěvy masáže

Z Grafu č. 2 je patrné, že lidé chodí nejčastěji na masáž, když mají nějaký zdravotní problém (téměř 27 % dotázaných). Na druhé pozici se umístila odpověď, jednou za měsíc a na třetím místě skončila míra účasti jednou za čtvrt roku.

4. Chodíte zpravidla na masáž

V dalším grafu je zobrazena část těla, kterou si zákazníci nechávají nejčastěji masírovat.



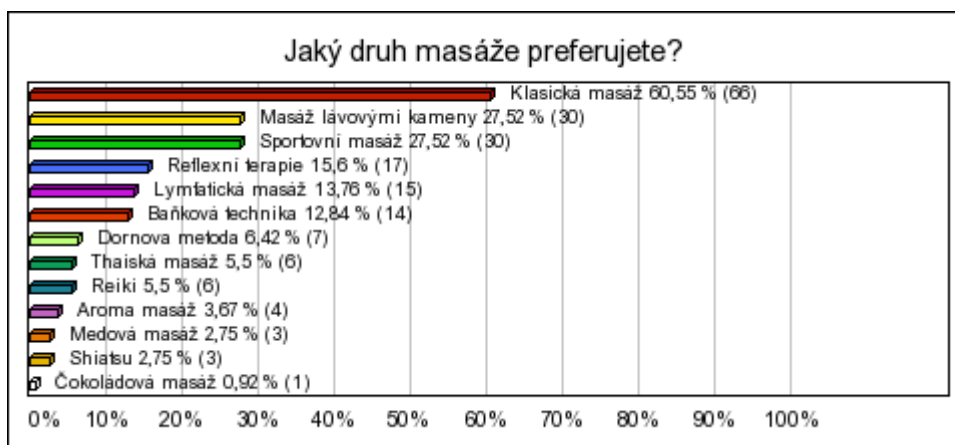
Graf č. 3: Nejčastěji masírované části těla

Podle grafu (Graf č. 3) je zřejmé, že nejvíce dotazovaných klientů chodí na

masáž zad (60,55 % dotázaných), dále na masáž šíje (44 % respondentů). Masáž celého těla získala účast cca 30 %.

5. Jaký druh masáže preferujete?

V následujícím grafu (Graf č. 4), je zobrazena preference využívaných masáží od nejčastěji navštěvovaných, po nejméně vyhledávané masáže.



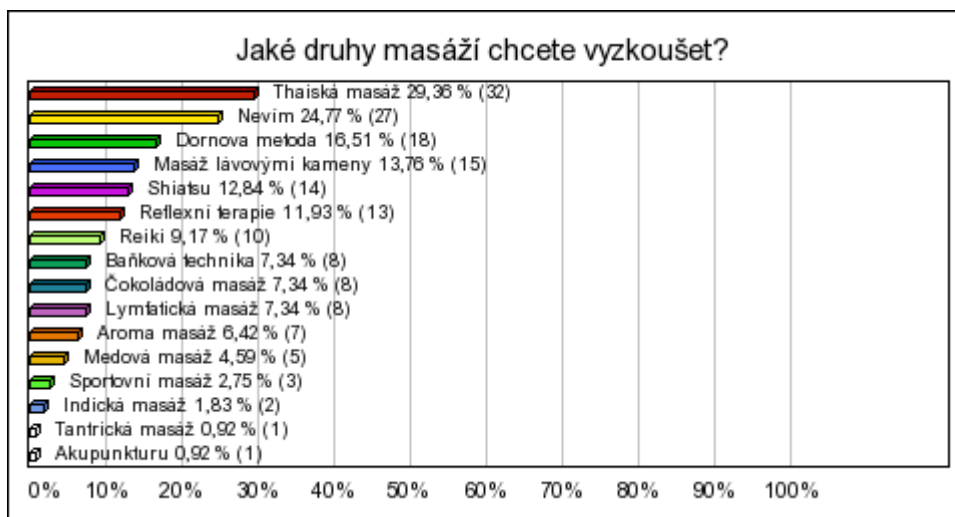
Graf č. 4: Preferované druhy masáží

Z grafu (Graf č. 4) lze snadno vyčíst, že mezi zákazníky masérských služeb je nejoblíbenější masáž klasická (získala přes 60 % hlasů). Na druhém místě skončila masáž lávovými kameny a sportovní masáž (zaznamenaly 30 hlasů, tedy 27,52 %). Dále se umístila reflexní terapie, lymfatická masáž, baňková technika atd. Překvapivě nejhůře dopadla masáž čokoládová, kterou preferuje pouze jeden dotazovaný klient.

6. Jaké druhy masáží chcete vyzkoušet?

Jedním z hlavních cílů průzkumu bylo zjistit, jaký druh masáže chtějí současní klienti vyzkoušet. Výsledky jsou patrné z níže sestaveného Grafu č. 5.

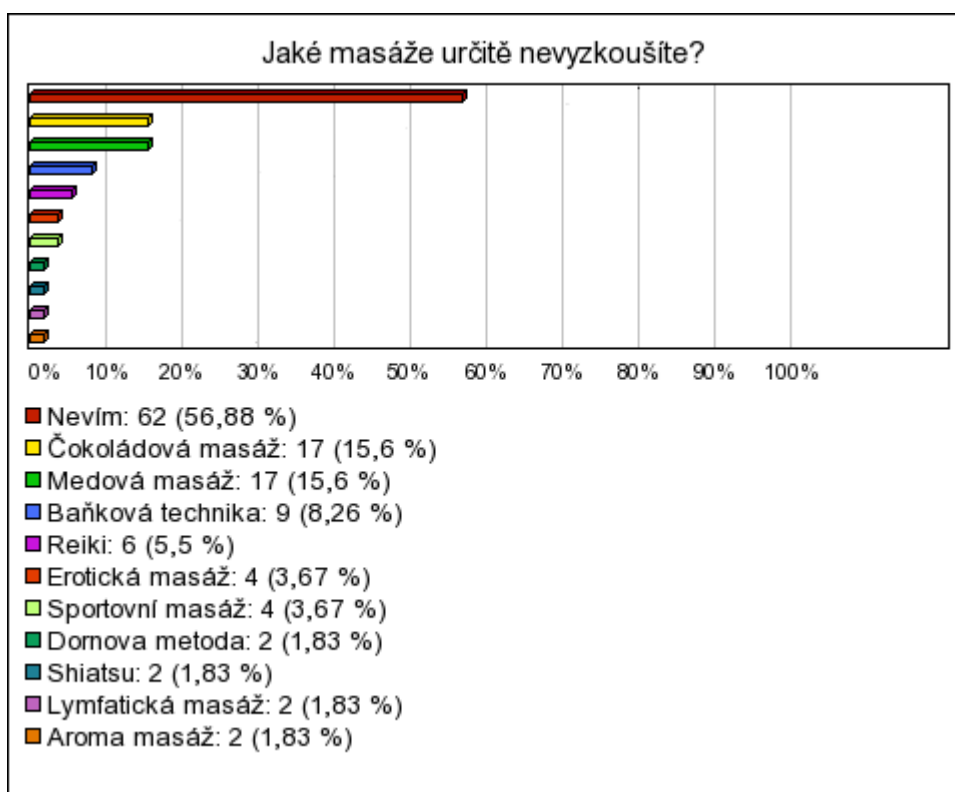
V průzkumu bylo zjištěno, že nejvíce zákazníků masérských služeb by chtělo vyzkoušet thajskou masáž. Na třetí pozici se umístila Dornova metoda a hned za ní masáž lávovými kameny.



Graf č. 5: Přehled masáží, které chtějí klienti vyzkoušet

7. Jaké masáže určitě nevyzkoušíte?

V sedmé otázce bylo za úkol zjistit, jaké druhy masáží jsou nejméně populární. Graf č. 6 znázorňuje odpovědi.



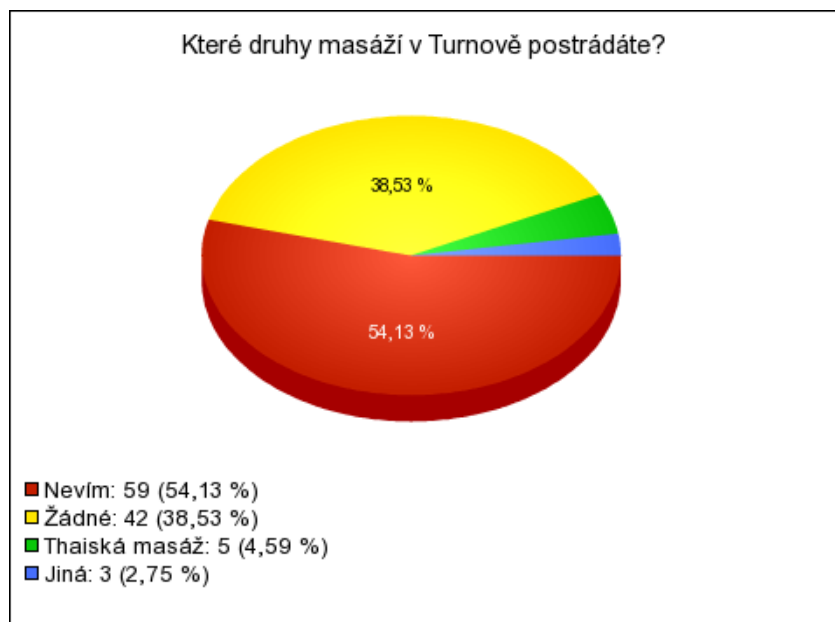
Graf č. 6: Přehled masáží, které klienti určitě nevyzkouší

Většina respondentů (56,9 %) nemá jasno, v tom, kterou masáž určitě nenavštíví. Druhé místo získaly rovnou dva druhy masáží. Čokoládovou a medovou

masáž určitě nevyzkouší 15,6 % dotázaných klientů.

8. Které druhy masáží v Turnově postrádáte?

V této otázce jsem chtěla zjistit, zda-li v Turnově podle klientů chybí některá masáž. Odpovědi byly znázorněny do výsečového grafu.

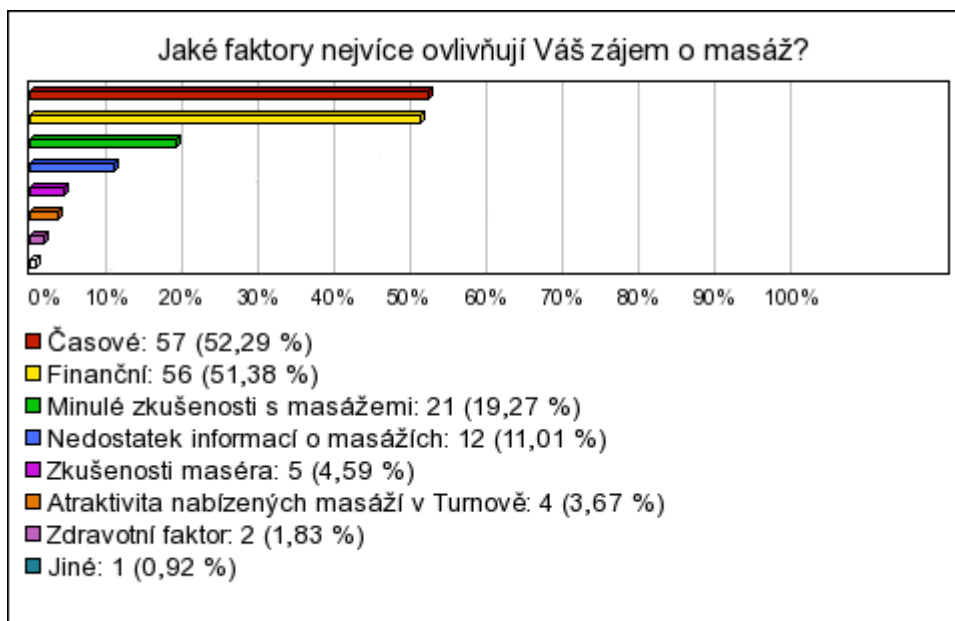


Graf č. 7: Chybějící druhy masáží v Turnově

U této otázky opět většina respondentů nevěděla, zda v Turnově chybí některá masáž. Čtyřicet dva dotázaných odpovědělo, že žádnou masáž nepostrádají. Pěti lidem v Turnově chybí thajská masáž.

9. Jaké faktory nejvíce ovlivňují Váš zájem o masáž?

V deváté otázce bylo za úkol zjistit důvody, které nejvíce ovlivňují zájem o masáž. Klienti mohli zvolit maximálně 3 nabízené faktory najednou.



Graf č. 8: Faktory ovlivňující zájem o masáž

Většinu dotázaných lidí nejvíce ovlivňuje faktor času (52,29 %). Těsně za nejčastější odpovědi se umístil finanční faktor (51,38 %). Minulé zkušenosti s masáží zvolilo 21 dotázaných.

10. Jakou cenu považujete za přijatelnou u komplexní hodinové masáže?

Odpovědi na tuto otázku jsou zahrnuty v následující tabulce (Tabulka č. 4).

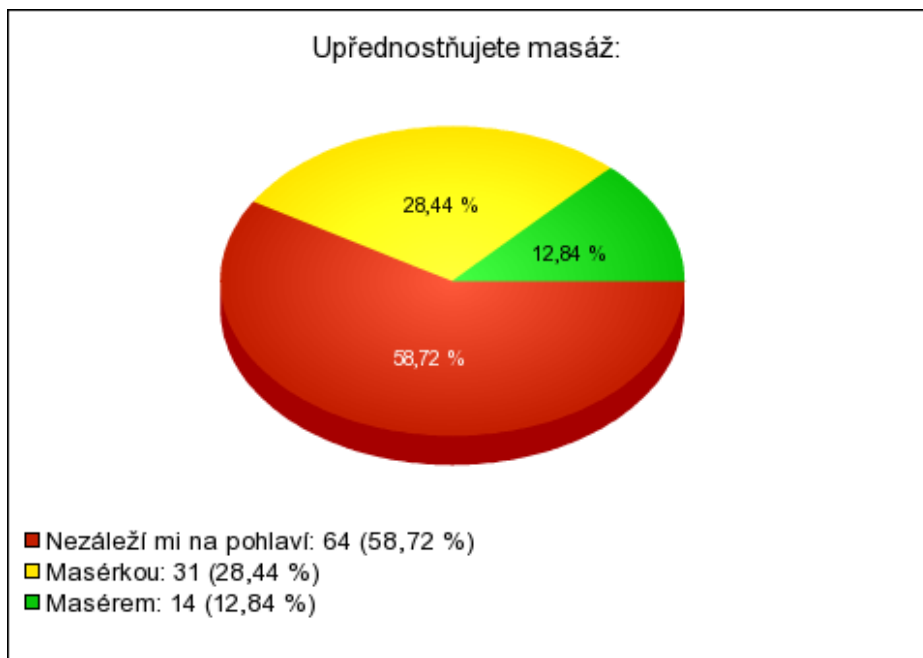
Tabulka č. 4: Cena přijatelná za celkovou hodinovou masáž

Odpovědi / Segmenty	Všichni respondenti	Muž	Žena
250-500 Kč	94	38	56
	86,2 %	88,4 %	84,8 %
501-800 Kč	14	5	9
	12,8 %	11,6 %	13,6 %
801-1 000 Kč	1	0	1
	0,9 %	0 %	1,5 %
CELKEM	109	43	66

Zcela jednoznačně preferuje 86,2 % respondentů odpověď na výše uvedenou otázku finančním intervalem 250 - 500 Kč. Dále 13,6 % žen a 11,6 % mužů odpověděli intervalem 501 - 800 Kč. Pouze jedna žena a žádný muž by byli ochotni zaplatit částku 801 - 1 000 Kč.

11. Upřednostňujete masáž

Tato otázka je zaměřena na klientem upřednostňované pohlaví maséra. V následujícím grafu (Graf č. 9) jsou zobrazeny výsledky.



Graf č. 9: Upřednostňované pohlaví maséra

Necelých 60 % respondentů odpovědělo, že na pohlaví maséra jim nezáleží. Celkem 28,44 % klientů upřednostňuje masáž masérkou a 12,84 % zákazníků naopak vyžaduje masáž od maséra.

Tabulka č. 5: Upřednostňované pohlaví maséra

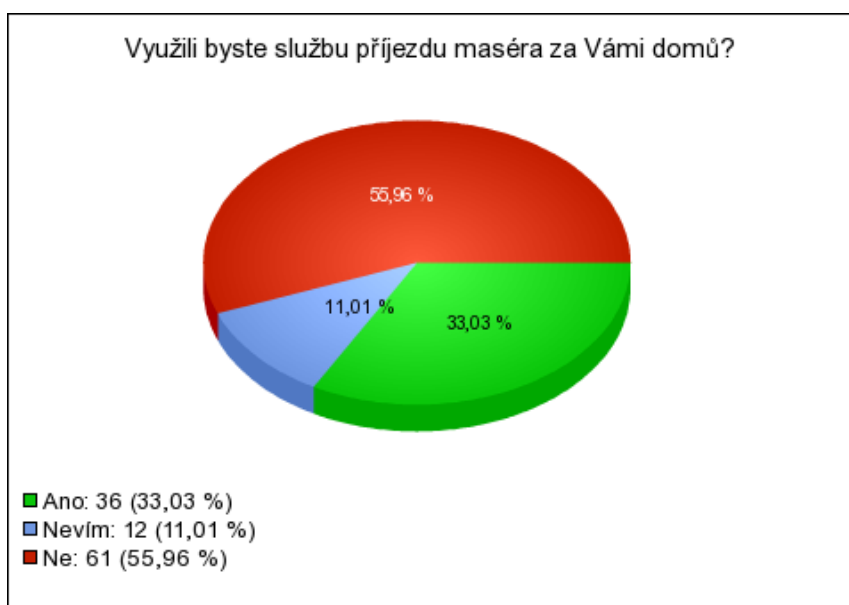
Odpovědi	Všichni respondenti	Muž			Žena		
		Masérem	Masérkou	Nezáleží mi na pohlaví	Masérem	Masérkou	Nezáleží mi na pohlaví
Počet odpovědí	109	4	12	27	10	19	37
Průměr	43,17	48,5	44,75	44,48	44	41,68	41,67

V Tabulce č. 5 se snadno rozpozná, jak na otázku č. 11 odpovídala jednotlivá pohlaví respondentů. Většina mužů i žen upřednostňuje masáž masérkou.

12. Využili byste službu příjezdu maséra za Vámi domů?

Poslední otázka zjišťovala, jaký je mezi lidmi zájem o využití této speciální

služby navíc. Využití příjezdu maséra za klientem domů zobrazuje níže uvedený graf (Graf č. 10).



Graf č. 10: Využití příjezdu maséra za klientem domů

Necelých 56 % lidí odpovědělo na tuto otázku negativně a příjezd maséra by nevyužilo. Dalších 33 % dotázaných by příjezdu maséra využilo. Zbýlá třetina klientů neví, zda by službu někdy využila.

8.4 Závěr průzkumu

Cílem průzkumu bylo shromáždit a vyhodnotit odpovědi na všechny otázky uvedené v anketě. Další cíl měl vytvořit návrh na zlepšení současné situace masáží v Turnově. K naplnění požadovaných cílů byla sestavena anketa a vybrán vzorek klientů masážních služeb ve čtyřech náhodně vybraných masérských zařízeních.

Na základě získané analýzy dat jsem se rozhodla navrhnout založení nového masážního salonu v Turnově.

V průběhu anketního dotazování bylo zjištěno, že na masáže chodí obecně více žen, než-li mužů. Jako nejnavštěvovanější masáž byla vyhodnocena masáž klasická, těsně za ní se umístila masáž lávovými kameny a sportovní masáž. Největší zájem u klientů vzbudila thajská masáž, masáž lávovými kameny, Dornova metoda a metoda

baňkování. Zdravotní problémy vedou k nejčastějším návštěvám masážního zařízení. Existuje i mnoho zákazníků, kteří chodí na masáže pravidelně, nejčastěji pak jednou za měsíc. V otázce zaměřené na oblíbenost skončily na posledním místě masáže medové a čokoládové. V průzkumu byla zjišťována i další četná specifikace turnovské klientely.

Průzkum k této bakalářské práci je pouze orientační, za účelem vytvoření analýzy zákazníků a návrhu pro založení nového masážního salonu v Turnově. Ze vzorku 109 klientů v provedeném průzkumu si lze vytvořit představu o masérských službách v této lokalitě. Nelze však vytvořit zcela jednoznačný závěr posuzující klientelu všech 15 místních masážních zařízení.

9. Návrh na založení nového masážního salonu v Turnově

Na základě vyhodnoceného anketního šetření, které poskytlo mnoho užitečných informací, jsem se rozhodla navrhnout postup pro založení nového masážního salonu.

9.1 Příprava na podnikání

Před zahájením činnosti a založením firmy by měl každý podnikatel:

- **Zvolit obor podnikání** – v tomto případě je to provozování masérských služeb.
- **Seznámit se s konkurencí v oboru** – seznam konkurenčních subjektů je uveden v kapitole 7.
- **Provést marketingový výzkum na zákazníka a prozkoumání cen** – spolu s průzkumem zákazníků prohléhl v anketním šetření i průzkum ceny za hodinovou komplexní masáž. V kapitole 9.3 je uvedena tabulka s přehledem cen některých masérů, poskytujících vybrané druhy masáží.
- **Zjistit, zda-li je zájem o služby ze strany zákazníků** – bylo zjištěno v analýze zákazníků, kapitola 8, otázka č. 4, 6 a 7.
- **Naplánovat šířku sortimentu nabízených služeb** – řeší kapitola 9.
- **Snížit podnikatelské riziko** – návrhy zobrazuje kapitola 9.7. Vytváří SWOT analýzu, finanční a rozpočtové plány (SZŠ a VOŠZ 2012).

9.2 Předmět a podstata podnikání

Na základě vytvořené analýzy zákazníků a konkurence jsem se rozhodla, že návrh na nový masážní salon zaměřím pouze na poskytování masérských služeb. Sortiment nabízených služeb bude zaměřen především na tradiční thajskou masáž, masáž klasickou a Dornovu metodu.

Následující návrh předpokládá, že salon bude provozován pouze jednou samostatně výdělečně činnou osobou.

Druh živnosti

Masérské služby patří dle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání do ohlašovací živnosti vázané, která vzniká dnem ohlášení na Živnostenský úřad. ŽÚ přidělí fyzické osobě provozující živnost IČ (Schwartzhoffová, 2010).

9.2.1 Začátek OSVČ - registrace

Osoba, která si chce zřídit masážní studio, dnes již živnostenský list nedostane. O živnostenské oprávnění požádá na základě výpisu ze živnostenského rejstříku. Dále musí vyplnit na jakémkoliv ŽÚ Jednotný registrační formulář, který jí zjednoduší začátek samostatně výdělečné činnosti (formulář je dostupný on-line ke stažení z: http://i.iinfo.cz/urs-att/jrf_fyzicka_osoba-128282170708145.pdf).

Má-li již člověk živnostenský list z minulých let, může ho používat jako dřív a je stále platný. Vázaná živnost se jen ohlásí na kterémkoli ŽÚ, společně s poplatkem 1 000 Kč a doložením o splnění všeobecných podmínek. Protože masážní činnost patří do živnosti vázané, musí navíc budoucí podnikatel doložit požadovanou odbornou způsobilost. Seznam odborných způsobilostí je v Příloze č. 2.

Všeobecné podmínky, které musí člověk splňovat, aby získal živnostenský list, jsou:

- a) dosažení věku 18 let,
- b) bezúhonnost (ověří si úřad sám v trestním rejstříku),
- c) způsobilost k právním úkonům.

Dalšími podmínkami jsou:

- a) místo bydliště nebo sídlo v ČR,
- b) nemít nedoplatky na daních, sociálním a zdravotním pojištění,

Jednotný registrační formulář umožňuje:

- ohlásit živnost,
- registrovat se na daň z příjmu FO,
- registrovat se na zdravotní pojištění a

- registrovat se na sociální pojištění.

Bude-li to pro OSVČ výhodné, může se zároveň registrovat na:

- silniční daň,
- plátce DPH,
- nemocenské pojištění,
- daň z nemovitosti.

Zahájení podnikání je nutné nahlásit i na České správě sociálního zabezpečení a přihlásit se k povinnému důchodovému a případně k nepovinnému nemocenskému pojištění. Také je třeba navštívit zdravotní pojišťovnu a FÚ. Podnikatel má registrační povinnost také u FÚ. Přihlášku o registraci musí podat správci daně každý, kdo získá oprávnění vykonávat živnostenské oprávnění, které je zdrojem jeho příjmů a předmětem daně do 30 dnů ode dne jeho účinnosti (SZŠ a VOŠZ 2012).

9.2.2 Žádost o zřízení masérny

Provozování masážního studia vyžaduje schválení místně příslušné Krajské hygienické stanice, která bude vyžadovat:

- provozní řád studia,
- plán studia a jeho vybavení, včetně kolaudačního rozhodnutí.

Přílohou žádosti, která není nijak formalizována, jsou:

- plánek provozovny,
- provozní řád masážního salonu nebo mobilního maséra,
- kopie živnostenského listu nebo výpis z ŽR.

Doklady podléhající kontrole:

- doklad o kolaudaci zvoleného prostoru (z hlediska vhodnosti),
- označení provozovny (náležitosti viz. Živnostenský zákon),

- předložit oprávnění k masérské činnosti dle Přílohy č. 5 ŽZ,
- doklady o nákupu zboží a materiálu (ručníky, emulze, atd.),
- příjmové pokladní doklady o platbě klientů,
- lékárníčka,
- zdravotní průkaz a další.

Prohlášení hasičů a nahlášení nové provozovny na Živnostenský úřad, jsou dalšími podmínkami pro její oficiální schválení.

9.2.3 Bankovní účet

Zákonem 337/1992 Sb., § 33, odst. 6, je předepsána povinnost nahlásit čísla účtů u všech bankovních ústavů, na nichž jsou umístěny peněžní prostředky z podnikatelské činnosti. (SZŠ a VOŠZ 2012, s 38).

Pro získání bankovního konta je potřeba u kterékoli vybrané banky předložit oprávnění k podnikání a dva doklady pro ověření totožnosti. Občanský průkaz a libovolný druhý doklad.

9.2.4 Vedení daňové evidence

V daňové evidenci je nutné evidovat

- příjmy a výdaje (zvláště příjmy a výdaje ovlivňující základ daně),
- majetek a závazky (SZŠ a VOŠZ 2012).

Osobně však každému podnikateli doporučuji, aby na konci každého roku spočítal výhodnost uplatnění nákladů paušálem. Tato zákonem daná procentuální sazba bývá často pro FO finančně výhodnější variantou.

9.2.5 Cíle podnikání

- vybudovat kvalitní masérský salon s kvalitními službami,
- dosahovat zisku,

- získávat stále nové zákazníky a udržovat si jejich důvěru.

9.3 Marketingový mix salonu

9.3.1 Produkt

Produktem nového salonu bude poskytování kvalitních masérských služeb. Zaměřovat se bude především na masáž thajskou, klasickou a Dornovu metodu.

9.3.2 Cena

Jelikož je nový salon vytvořen za účelem zisku, je důležité správně stanovit ceny nabízených služeb. Proto jsem vytvořila přehlednou tabulku, ze které lze snadno vyčíst, jaké ceny používají vybrané konkurenční subjekty u různých druhů masáží.

Tabulka č. 4: Přehled cen vybraných masérů u vybraných masáží

Masážní salon/masér	Druh masáže (komplexní)	Délka (min.)	Cena (Kč)
Studio Life, s. r. o.	klasická	90	700
Regenerační salon Slunečnice	klasická	90	600
Kosmetický salon Nefertiti	klasická	90	550
Lucie Kahudová	aroma a rekondiční	90	550
Relax klub	sportovní a relaxační	60	400
Energy Group, a. s.	všechny masáže	60	400

Na základě analýzy cen vybraných konkurenčních subjektů, navrhuji ocenit hodinovou masáž všech nabízených masáží částkou 500 Kč.

9.3.3 Distribuce

Provozovna masážního salonu bude sídlit v pronajaté místnosti nedaleko nádraží, kde bude snadno viditelná pro mnoho kolemjdoucích lidí. Klienti budou moci navštěvovat buď přímo salon, nebo využívat službu příjezdu maséra za nimi domů.

9.3.4 Propagace

Jako formu propagace navrhuji zřídit masážnímu salonu především přehledné a kvalitně vytvořené webové stránky. Dalším krokem by měl být roznos létáků do domovních schránek obyvatel města. Tímto krokem se o novém subjektu dozví velké množství lidí, žijících v blízkém okolí. Na informačních letácích bych uvedla ceny služeb a zaváděcí akční nabídky pro první zákazníky. Doporučuji také umístit reklamu do některého turnovského časopisu.

9.4 Prostředí ovlivňující podnikání

9.4.1 Makroprostředí

Ekonomické prostředí

Ekonomické prostředí salonu bude výrazně ovlivňovat ekonomická krize, která se dnes promítá do všech oblastí podnikání. Její dopady se budou pravděpodobně projevovat i na provozování masérských služeb. Někteří lidé budou navštěvovat masáže méně, právě z úsporných důvodů.

Masážní salon bude v tomto ohledu ovlivňovat i výška některých daní (DPH, DPFO, apod.).

9.4.2 Mikroprostředí

Salon

Jak jsem již uvedla v podkapitole 9.3.3 marketingového mixu, masážní salon bude sídlit u vlakového a autobusového nádraží. Je to místo, kde se pohybuje denně mnoho lidí a mohou ho navštívit před zaměstnáním, po něm, případně během polední přestávky. Je důležité, aby se podnikatel ještě před začátkem podnikání rozhodl, zda bude jeho salon sídlit ve vlastním prostoru nebo v prostorách pronajatých. Pro tento konkrétní návrh se bude kalkukovat s využíváním prostoru v pronájmu.

Zákazníci

Zákazníky budou tvořit převážně obyvatelé města Turnov, ženy i muži, kteří osobně přijdou do masážního salonu.

Konkurence

Na základě analýzy konkurenčních subjektů bylo zjištěno, že v Turnově je poměrně vysoká konkurence ve většině nabízených druhů masáží. Průzkum však objevil masáž, o kterou je extrémně veliký zájem a přitom jí ve městě provozuje pouze jeden subjekt. Thajská masáž vyplynula jako nejatraktivnější z pohledu současných zákazníků. Podrobnější analýza konkurence je provedná v kapitole č. 7, která vytváří přehled subjektů poskytujících masáže v Turnově.

9.5 SWOT analýza

Tabulka č. 5: SWOT analýza masážního salonu

SWOT analýza nového masážního salonu		
Přednosti	STRENGTHS (Silné stránky)	OPPORTUNITIES (Příležitosti)
	<ul style="list-style-type: none">- výhodné umístění salonu a snadná dostupnost pro veřejnost- nabízení kvalitních služeb- individuální přístup k zákazníkům- velmi malá lokální konkurence v oblasti thajské masáže- zájem o masáž ze strany klientů	<ul style="list-style-type: none">- získávat stále nové zákazníky- vylepšovat propagační činnosti- reklama
Nedostatky	WEAKNESSES (Slabé stránky)	THREATS (Hrozby)
	<ul style="list-style-type: none">- veškerou činnost zastává jedna osoba- nestabilní finanční situace	<ul style="list-style-type: none">- nedostatek finančních prostředků- pomalu přibývající klientela- nově vznikající konkurenční zařízení s podobným zaměřením
	Vnitřní	Vnější

9.6 Propagace a reklama

Při zahájení podnikání bych vymezila určitý objem finančních prostředků určených na propagaci a reklamu.

Jako formu reklamy a propagace navrhuji zřídít:

- tištěné letáky roznesené do schránek domů a panelových domů v okolí,
- reklamu v turnovských novinách (např. „Turnovsko v akci“),
- přehledné internetové stránky,
- oslovení fitness center, kadeřnických salonů a hotelů formou propagačních letáků a osobní návštěvou.

9.7 Rozpočty a finanční plány

Jelikož je tvorba zakladatelského rozpočtu a finančního plánu jedním z nejdůležitějších kroků při zakládání nového podniku, pokusím se v další části práce určit nezbytné vstupní výdaje pro založení nového masážního studia. Dále budu definovat zdroje, pomocí kterých budou tyto výdaje pokryty. Pokusím se také provést kvalifikovaný odhad předpokládaných měsíčních příjmů a výdajů a dobu návratnosti vložených investic.

Finanční plán představuje přehled předpokládaných příjmů a výdajů v prvních měsících podnikání tak, aby bylo možné odhadnout budoucí HV firmy. Investiční výdaje na založení nového masážního salonu, budou v rámci statisíce korun, ačkoliv jde o poměrně malý prostor.

9.7.1 Měsíční rozpočet příjmů a výdajů

Ještě před zahájením samostatně výdělečné činnosti je pro podnikatele důležité sestavit předpokládaný měsíční rozpočet příjmů a výdajů. Tabulka č. 7 zobrazuje nejčastější měsíční výdaje kteréhokoli masážního salonu.

Tabulka č. 6: Měsíční výdaje

Položka	Výdaje v Kč
Nájemné	5 500
Emulze a olejíčky	1 500
Jednorázová prostěradla	500
Měsíční odměna maséra	20 000
Celkem	27 500

9.8 Výdaje na zahájení činnosti

Výdaje nezbytné jen pro zahájení činnosti jsou uvedeny v Tabulce č. 9. Ceny jsou platné pro rok 2013 a je třeba stále sledovat aktuální vývoj cen, včetně vývoje DPH.

Tabulka č. 7: Zřizovací výdaje

Zřizovací výdaje	Cena v Kč
Výpis z rejstříku trestů	100
Poplatek živnostenskému úřadu	1 000
Kauce za nájemné prostory	15 000
Celkem	16 100

V této kapitole vytvářím konkrétní přehled investic a výdajů potřebných k zahájení činnosti. Výdaje dále dělím na marketingové, provozní a výdaje na osobní potřebu podnikatele.

Tabulka č. 8: Finanční výdaje na zahájení činnosti

Druh výdaje	Jednotlivé položky	Cena v Kč
Investice	Zřizovací výdaje (Tabulka č. 9)	16 100
	Masážní lůžko	15 000
	Masážní židle	2 000
	Stůl	2 500
	Skříň na oblečení	3 000
	Koš na prostěradla	500
	Pracovní oblečení – 5 sad (triko, kalhoty)	3 500
	Pracovní obuv	1 000
	Počáteční zásoba olejíčků a emulzí	2 500
	Počáteční potřeba jednorázových prostěradel (100 ks)	500
	Dezinfekční a čistící prostředky	1 000
	Mini věž	3 000
	Doplňky	5 000
	Osvětlení	1 000
Marketingové výdaje	Náklady na reklamu a propagaci	5 000
Provozní výdaje	Nájemné včetně energií	6 000
Výdaje na osobní potřeby	Měsíční odměna (bez odpočtů daní)	20 000
Celkem		87 600

První měsíc po zahájení činnosti budou činit veškeré výdaje cca 82 600 Kč.

9.9 Struktura kapitálu a návratnost investic

Struktura kapitálu FO provozující masážní salon by mohla vypadat v praxi stejně jako struktura uvedená v další tabulce (Tabulka č. 11). Podnikatel by vložil pouze vlastní naspořené finanční prostředky a ušetřil by tím na úrocích z bankovních úvěrů.

Tabulka č. 9: Struktura kapitálu

Finanční prostředky		Cena v Kč
Vlastní		
	Vlastní kapitál (hotovost)	300 000
	Věcné prostředky	20 000
Cizí		
		0
Celkem		320 000

Financování masérského studia

Průměrná hodinová cena masáže se podle analýzy konkurence pohybuje kolem 500 Kč. Stejnou sazbu bude využívat i nově vznikající salon. Následující výpočty budou s tímto hodinovým výdělkem kalkulovat. Podle zmíněné hodinové sazby se budou přizpůsobovat ceny masáže jednotlivých částí těla.

Při výpočtech je nutné si vědomit, že masírovat není možné celý den. Po každém zákazníkovi se provádí menší úklid, výměna materiálu a krátký odpočinek. Lze předpokládat, že ze začátku podnikání bude o masáže zájem nižší a nebudou poskytovány po celou dobu provozu.

V podnikatelské praxi se v podstatě nevyskytuje příklad podnikatele, který by byl financován pouze jednou formou kapitálu. Většinou je podnikání financováno z následujících kapitálových zdrojů:

Vlastní

- finanční prostředky našetřené nebo naspořené podnikatelem z vlastních zdrojů.

Cizí

- úvěr od banky a dodavatelský úvěr,
- půjčka od nebankovního subjektu (SZŠ a VOŠZ 2012).

Další tabulka (Tabulka č. 12) ukazuje počáteční investiční výdaje a předpokládané rostoucí příjmy z provozování masérské činnosti. Z tabulky je patrné, že vložené finance se FO navrátí do 2 let a 3 měsíců, kdy bude generován příjem 3 500 Kč. Salon však začne vydělávat v desátém měsíci provozu a příjem se bude stále zvyšovat.

Tabulka č. 10: Návratnost investic

Měsíc	Měsíční výdaje (v Kč)	Počet hodin	Cena za hodinu (v Kč)	Měsíční příjmy (v Kč)	Příjmy - Výdaje	Příjmy - Celkové výdaje
Před zahájením	87 600				- 87 600	- 87 600
1.	27 500	18	500	9 000	- 18 500	- 106 100
2.	27 500	25	500	12 500	- 15 000	- 121 100
3.	27 500	30	500	15 000	- 12 500	- 133 600
4.	27 500	40	500	20 000	- 7 500	- 141 100
5.	27 500	45	500	22 500	- 5 000	- 146 100
6.	27 500	47	500	23 500	- 4 000	- 150 100
7.	27 500	50	500	25 000	- 2 500	- 152 600
8.	27 500	53	500	26 500	- 1 000	- 153 600
9.	27 500	55	500	27 500	0	- 153 600
10.	27 500	58	500	29 000	1 500	- 152 100
11.	27 500	60	500	30 000	2 500	- 149 600
12.	27 500	62	500	31 000	3 500	- 146 100
13.	27 500	63	500	31 500	4 000	- 142 100
14.	27 500	64	500	32 000	4 500	- 137 600
15.	27 500	65	500	32 500	5 000	- 132 600
16.	27 500	69	500	34 500	7 000	- 125 600
17.	27 500	70	500	35 000	7 500	- 118 100
18.	27 500	72	500	36 000	8 500	- 109 600
19.	27 500	75	500	37 500	10 000	- 99 600
20.	27 500	78	500	39 000	11 500	- 88 100
21.	27 500	79	500	39 500	12 000	- 76 100
22.	27 500	80	500	40 000	12 500	- 63 600
23.	27 500	82	500	41 000	13 500	- 50 100
24.	27 500	82	500	41 000	13 500	- 36 600
25.	27 500	83	500	41 500	14 000	- 22 600
26.	27 500	82	500	41 000	13 500	- 9 100
27.	27 500	80	500	40 000	12 500	3 500
Celkem	654 900			792 500	3 500	

10. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo provést analýzu zákazníků masérských služeb v Turnově a navrhnout městu možná doporučení v této oblasti. Další z cílů měl vytvořit přehled nabízených masáží v Turnově a vyhodnotit anketní šetření. Na základě průzkumů a anketního šetření bylo navrženo založení nového masážního salonu a následně vypracována SWOT analýza, marketingová analýza a finanční plány.

Začátek práce je zaměřen na teoretické vysvětlení pojmu masáž, věnuje se historii masáže a zabývá se nejpobulárnějšími druhy masáží. Dále jsou vysvětleny pojmy týkající se regenerace, podnikání a marketingu. Další teoretická část práce se zabývá marketingovými cíly, marketingovým mixem, podnikáním, SWOT analýzou, propagací a marketingovým průzkumem.

V druhé části této závěrečné práce je vytvořen přehled nabízených masérských služeb v Turnově a následná analýza zákazníků těchto služeb, na základě anketního šetření. V této nejdůležitější části práce je popsán charakter průzkumu, následně vytvořen a vyhodnocen průzkum pomocí vyhotovených tabulek a grafů. Závěr této části je zaměřen na shrnutí získaných informací. Na základě vyhodnocených dat shromážděných v průzkumu zákazníků a konkurence, byl vytvořen návrh na založení nového masážního salonu. Tento praktický díl práce je zaměřen na jednotlivé kroky, které jsou při zakládání nového masérského zařízení potřeba. Zahrnuje přípravu na podnikání, předmět a podstatu podnikání, prostředí, SWOT analýzu, rozpočty, finanční plány a také propagaci a reklamu.

Z přehledu nabízených masérských služeb a z analýzy zákazníků byla zjištěna podstatná informace. Téměř 30 % dotazovaných klientů v průběhu měsíce března chce vyzkoušet thajskou masáž a cca 17 % dotázaných Dornovu metodu. Mezi nejpreferovanější masáž patří bezkonkurenčně masáž klasická, která získala 66 % všech hlasů. Dále pak lidé často navštěvují masáž lávovými kameny a sportovní masáž.

Díky vyhodnoceným informacím jsem v poslední části práce vytvořila návrh na ojedinělý masážní salon, zaměřený na potřeby zákazníků, které vyplynuly z anketního šetření. Provozovna je zaměřená na kvalitně poskytovanou a lokálně chybějící thajskou

masáž, masáž klasickou a Dornovu metodu. V Turnově, který má necelých 15 000 obyvatel je minimálně 15 masérských subjektů nebo masérů provozujících svoji činnost. Konkurence je v této oblasti poměrně vysoká. Pojme-li se však provozování nového salonu příjemným a především kvalitním způsobem a bude-li provozovna dostatečně na očích kolemjdoucím lidem a zároveň dobře propagována, věřím, že nebude mít problém se uživit.

V závěru práce jsem setavila zřizovací výdaje k provozování salonu a vypočítala návratnost jeho investic. Veškeré vložené investice by se měly navrátit do 2 let a 3 měsíců. Vzhledem k tomu, že je kalkulováno s variantou, že má živnostník před zahájením podnikání naspořené finanční prostředky, vyhne se v dnešní době předraženým bankovním úvěrům. Po návratu některých vložených investic na začátku podnikání může začít vkládat vydělaný zisk v podobě investic na další rozvoj.

Myslím, že všechny cíle bakalářské práce se podařilo naplnit. Práce může posloužit především lidem uvažujícím o zahájení živnosti v tomto oboru. Dále najde bakalářská práce využití mezi současnými turnovskými provozovateli masérských služeb. Bude je jistě zajímat vyhodnocení anketního šetření a přehled konkurenčních subjektů. Teorii masáží mohou využít lidé, kteří se o masáže jen zajímají.

Seznam použité literatury

- 1) Baňkování a baňky. *Zdraví - péče o zdraví - zdravý životní styl - wellness* [online]. Copyright, 2008 [cit. 2013-04-21]. Dostupné z: <http://compex.zdravi-cz.eu/bankovani.php>.
- 2) ČÁSLAVOVÁ, E., 1997. *Management v tělesné výchově a sportu*, 1. vyd. Praha: Karolinum. ISBN 80-7184-066-1.
- 3) ČÁSLAVOVÁ, E., *Management v tělesné výchově a sportu: (vybrané kapitoly)*. 2. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 2000, 51 s. ISBN 80-246-0050-1.
- 4) Čokoládová masáž. *Masáže - masérské kurzy - maséři: Odborný internetový portál o masáží a masérech* [online]. [cit. 2013-04-26]. Dostupné z: <http://www.maseri.cz/masaze/cokoladova-masaz>.
- 5) DĚDKOVÁ, J., HONZÁKOVÁ, I., *Základy marketingu: pro kombinované studium*. 3. doplněné vydání. Technická univerzita v Liberci, 2012, 204 s. ISBN 978-80-7372-897-7.
- 6) DOUGANS, I. *Reflexologie: unikátní spojení reflexní terapie a tradiční čínské medicíny, reflexní zóny na chodidlech, léčebná kúra pro dobrou kondici*. Vyd. 1. V Praze: Ikar, 2007, 247 s. ISBN 978-80-249-0901-1.
- 7) FLANDERA, S. *Sportovní masáže: příručka pro absolventy rekvalifikačních masérských kurzů*. Olomouc: Poznání, 2008, 156 s. ISBN 978-80-86606-73-6.
- 8) FLECK, D. a JOCHUM, L. *Čínská masáž horkými kameny*. Vyd. 1. Olomouc: Fontána, c2009, 122 s. ISBN 978-80-7336-549-3.
- 9) HARNISCH, G. *Detoxikační masáže medem: stará metoda posilování reflexních zón*. Olomouc: Fontána, 2002, 90 s. ISBN 80-733-6017-9.
- 10) HOŠKOVÁ, B., S.MAJOROVÁ a P. NOVÁKOVÁ. *Masáž a regenerace ve sportu*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2010, 112 s. ISBN 978-80-246-1767-1.
- 11) HOŠKOVÁ, B., *Masáž ve sportu*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2000, 123 s. ISBN 80-7033-093-7.
- 12) JIRKA, Z. *Regenerace a sport*. Vyd. 1. Praha: Olympia, 1990, 253 s. Věda pro praxi. ISBN 80-7033052-X.
- 13) KVAPILÍK, J. *Sportovní masáž pro každého*. 3. vyd. Praha: Olympia, 1991, 145 s. Kondice. ISBN 80-703-3120-8.
- 14) MCGILVERY, C. *Aromaterapie: Masáž; Jóga: velká obrazová encyklopedie*.

- České vyd. 1. Praha: Svojtka, 2002, 256 s. ISBN 80-723-7555-5.
- 15) NOVOTNÝ, J. *Ekonomika sportu: vybrané kapitoly*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2006, 122 s. ISBN 80-245-1144-4.
- 16) NOVOTNÝ, J., *Ekonomika sportu: vybrané kapitoly III*. Praha: Oeconomica, 2010, 119 s. ISBN 978-80-245-1521-2.
- 17) PŘÍBOVÁ, M. a kol.: *Marketingový výzkum v praxi*, Grada Publishing, Praha 1996. ISBN 80-7169-299-9.
- 18) RASLAN, G. *Dornova metoda: jemná cesta ke středu = Der sanfte Weg zur Mitte: die Dorn-Methode*. Olomouc: Poznání, 2004, 175 s. ISBN 80-866-0620-1.
- 19) *Relaxační masáže, sportovní masáže České Budějovice: Nabízené masáže*. [online]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: <http://masaze-ilona.webnode.cz/masaze-ilona/>.
- 20) SALGUERO, C. *Encyklopedie thajské masáže: [kompletní průvodce tradiční thajskou masáží, léčením a akupresurou]*. Olomouc: Poznání, c2008, 253 s. ISBN 978-80-86606-76-7.
- 21) SEDMÍK, J. *Masáže od A do Z*. Vyd. 1. Praha: NS Svoboda, 2008, 251 s. ISBN 978-80-205-0599-6.
- 22) SCHWARTZHOFFOVÁ, E. *Podnikání v rekreologii*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2010, 156 s. Monografie (Univerzita Palackého). ISBN 978-802-4426-112.
- 23) ŠEVČÍK, P. *Indikace a kontraindikace masáží. Petr Ševčík - Jóga, masáže Zlín* [online]. Zlín: Copyright, 2010 [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: <http://www.petrsevcik.com/indikace-kontraindikace-masazi.html>.
- 24) VÁCLAVKOVÁ, R. *Lymfodrenáž pomáhá nejen proti celulit*. *Novinky.cz* [online]. Copyright, 2013 [cit. 2013-04-26]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zena/zdravi/85597-lymfodrenaz-pomaha-nejen-proti-celulitide.html>.
- 25) *Zřízení masérského studia* [online]. České Budějovice, 2012 [cit. 2013-04-24]. CZ.1.07/1.1.10/03.0001. Dostupné z: <http://www.szscb.wz.cz/info/projekty/ekonomika/msr.pdf>. Studijní materiál. Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Anketa	I
Příloha č. 2: Další obecné podmínky pro získání živnosti.....	III

Příloha č. 1: Anketa

Anketa k analýze zákazníků masérských služeb v Turnově

Vážení klienti masážních služeb, jmenuji se Jana Frélichová a jsem studentka oboru Sportovní management, Fakulty přírodovědně-humanitní a pedagogické na Technické univerzitě v Liberci. Stejně jako tato anketa se jmenuje i moje bakalářská práce. Žádám Vás o chvilku času k vyplnění následujících otázek. Uvedená data jsou anonymní. Předem Vám děkuji za spolupráci a přeji pěkný den. Vybrané odpovědi zaškrtněte, případně vyplňte slovy.

Pohlaví: ☐ Muž ☐ Žena

Věk: _____ (roky)

1. Jak často chodíte na masáž?

- ☐ 1x týdně
- ☐ 1x za měsíc
- ☐ 1x za 3 měsíce
- ☐ 1x za 6 měsíců

- ☐ 1x za rok
- ☐ Když máte zdravotní problém
- ☐ Jiná odpověď: _____

2. Chodíte zpravidla na masáž:

- ☐ Celého těla
- ☐ Zad
- ☐ Šíje
- ☐ Dolních končetin

- ☐ Horních končetin
- ☐ Kombinace více částí těla, jakých: _____

3. Jaký druh masáže preferujete? (max. 3 odpovědi)

- ☐ Klasická masáž (regeneruje, uvolňuje svaly,...)
- ☐ Sportovní masáž (zbavuje únavy, zotavuje)
- ☐ Thaiská masáž (prvky akupresury a jógy)
- ☐ Reflexní terapie (tlak na body a propojení nervových drah s jednotlivými orgány)
- ☐ Masáž lávovými kameny
- ☐ Medová masáž
- ☐ Čokoládová masáž
- ☐ Aroma masáž (relaxační, s éterickými oleji)
- ☐ Lymfatická masáž (zvyšuje oběh lymfy)

- ☐ Baňková technika
- ☐ Shiatsu (tlak prsty, práce s akupunkturními dráhami a body, obnova toku energie)
- ☐ Dornova metoda (jemná, manuální terapie, kdy se klouby a obratle uvádějí do správných poloh)
- ☐ Reiki (práce s univerzální léčivou energií)
- ☐ Jiné: _____

4. Jaké druhy masáží chcete vyzkoušet? (využijte nabídky u otázky č. 3. - max. 3 odpovědi)

5. Jaké masáže určitě nevyzkoušíte?

- ☐ Využijte otázky č. 3. (max. 3 volby) _____ ☐ Nevím

6. Které druhy masáží v Turnově postrádáte?

- ☐ Vypíšte (max. 3 odpovědi) _____ ☐ Žádné ☐ Nevím

7. Jaké faktory nejvíce ovlivňují Váš zájem o masáž? (max. 3 odpovědi)

- ☐ Finanční (cena masáží)
- ☐ Časové
- ☐ Atraktivita nabízených masáží
- ☐ Minulé zkušenosti s masáží
- ☐ Nedostatek informací o masážích
- ☐ Jiné: _____

8. Jakou cenu považujete za přijatelnou u klasické komplexní hodinové masáže?

☐ 250-500 Kč

☐ 801-1 000 Kč

☐ 501-800 Kč

☐ 1 000 a více Kč

9. Upřednostňujete masáž: ☐ Masérem ☐ Masérkou ☐ Nezáleží mi na pohlaví

10. Využili byste službu příjezdu maséra za Vámi domů? ☐ Ano ☐ Ne ☐ Nevím

Děkuji za vyplnění.

Příloha č. 2: Další obecné podmínky pro získání živnosti

Mezi další obecné podmínky patří:

- odborná způsobilost k výkonu povolání lékaře a specializovaná způsobilost v oboru specializace rehabilitační a fyzikální medicína nebo tělovýchovné lékařství podle zvláštního právního předpisu, nebo
- odborná způsobilost k výkonu povolání fyzioterapeuta nebo maséra nebo nevidomého a slabozrakého maséra podle zákon č. 96/2004 Sb., ve znění zákona č. 125/2005 Sb., nebo
- vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a studijním oboru rehabilitačního nebo tělovýchovného zaměření, nebo
- osvědčení o rekvalifikaci vyhláška č. 176/2009 Sb., nebo jiný doklad o odborné způsobilosti pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, nebo
- dílčí kvalifikace pro klasickou masáž nebo sportovní masáž podle zákona č. 18/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů, nebo
- doklad o uznání odborné kvalifikace zákona č. 179/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů (SZŠ a VOŠZ 2012, s 16, 17).